

Göteborgs Universitet  
Institutionen för journalistik och  
masskommunikation  
Medie- och kommunikationskunskap

## LÄSARNYHETEN - I MEDIERNAS KONTROLL

*En studie om hur läsarnyheten kan bidra till interaktiviteten på  
nättidningar*

Moa Vennergrund  
MK 1500 Examensarbete i medie-  
och kommunikationsvetenskap  
VT 2010  
Handledare: Jonas Ohlsson

## ABSTRACT

---

**Titel:** Läsarnyhetsen – i mediernas kontroll: En studie om hur läsarnyhetsen kan bidra till interaktiviteten på nättidningar

**Författare:** Moa Vennergrund

**Uppdragsgivare:** Dagspresskollegiet

**Kurs:** Examensarbete i Medie- och kommunikationsvetenskap vid institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet.

**Termin:** Vårterminen 2010

**Handledare:** Jonas Ohlsson

**Sidantal:** 60 inklusive bilagor

**Syfte:** På vilket sätt bidrar läsarnyhetsen till interaktivitet på svenska nättidningar?

**Metod:** Kvantitativ innehållsanalys

**Material:** Svenska nättidningar 2010

**Huvudresultat:** Mina resultat visar att läsarnyhetsfunktionen skapar liten interaktion på nättidningar. Läsarnas deltagande i att läsa och skriva försvåras genom att läsarnyhetsfunktionen är svår att hitta. För att delta med sin nyhet ställs krav på läsaren och på så sätt kontrollerar nättidningarna läsaren i sin interaktion. Få nättidningar som har läsarnyhetsfunktionen har kommentarfunktioner kopplade till läsarnyhetsen vilket gör att tvåvägskommunikation försvåras. Även uppkomsten av tvåvägskommunikation är mycket liten. Läsarnyhetsen kan främst ses som ett lokaltforum för närlokalinformation.

**Nyckelord:** Interaktion, deltagande, kommunikation, läsarmedverkan, läsarnyheter.

## EXECUTIVE SUMMARY

---

**Medierna har svårt att släppa in läsarna som en aktiv medspelare på nyhetsplats. Istället blir läsaren hänvisad till svåråtkomliga specialavdelningar för läsarnyheter. Där läsaren blir hårt kontrollerad för att få delta.**

Läsarnyheter är en ny interaktiv funktion på svenska nättidningar. Här får läsaren delta med sitt eget material på nättidningen. För att läsarnyheter ska skapa interaktivitet på nättidningarna krävs att läsaren ska få delta och få möjlighet till tvåvägskommunikation. Något den här studien visat är starkt begränsat. Genom att göra en kvantitativ innehållsanalys i tre steg över svenska nättidningar har här kunnat visas att nättidningarna har svårt att släppa in läsaren. För att läsaren ska få delta med sitt eget material ställs det krav på läsarnyheters form, innehåll, kvalitet och att läsaren ska registrera sig.

Få tidningar har tillgång till kommentarfunktioner vid läsarnyheter för att möjliggöra tvåvägskommunikation. Detta gör läsarnyheter till främst en envägskommunikation där läsaren får kommunicera genom ett tekniskt medium istället för mänsklig kontakt. Läsarnyheter blir främst en informationskanal för det närlokala samhället där föreningar och olika organisationer kan kommunicera ut sin verksamhet och lokala händelser. Två nättidningar, Hd.se och Allehanda.se, lyckas dock i att få en hög intensitet i sina läsarnyheter. Här skulle en fortsatt studie vara intressant. Varför lyckas dessa nättidningar och inte andra?

# INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Läsarnyheter - i mediernas kontroll.....	<b>Fel! Bokmärket är inte definierat.</b>
Abstract .....	2
Executive summary .....	3
1. Inledning.....	7
1.1. Studiens uppdragsgivare .....	7
1.2. Läsarnyheter .....	7
1.3. Interaktivitet.....	8
1.4. Att förstå läsarnyheter.....	8
1.5 Disposition .....	9
2. Läsarnas plats i Tidningen - <i>i den svenska presshistorien</i> .....	10
2.1. I Tidningens begynnelse – <i>En plats för "alla"</i> .....	10
2.2. Tidningen blir bredare - <i>läsarnas medverkan begränsas</i> .....	10
2.3. En tidning för massorna – <i>En yrkeskår växer fram</i> .....	11
2.4. Den professionelle journalisten - <i>Läsarnas medverkan ifrågasätts</i> .....	11
2.5. Från tidning till multiplattform medier .....	11
3. Studiens teoriram .....	13
3.1. Interaktivitet i den sekundära socialisationen .....	13
3.1.1. Mänsklig interaktivitet.....	13
3.1.2. Våra första möten definierar oss till vilka vi är.....	14
3.1.3. Samhället i ständig omdefiniering.....	14
3.2. Medierna i den sekundära socialisationen.....	14
3.2.1. Medierna en kunskapsförmedlare .....	14
3.2.2. Interaktiva funktioner i den sekundära socialisationen .....	15
3.3. Läsarens interaktivitet.....	15
3.3.1. Interaktion – Hur läsaren får mötas .....	15
3.3.2. Interaktion – Hur läsaren får delta .....	16
4. Problematisering .....	18
4.1. Medieorganisationen i förändring .....	18
4.1.1. Från traditionella medier till multiplattformorganisationer.....	18
4.1.2. Interaktion och medieorganisationen .....	18
4.2. Interaktiva funktioner .....	21
4.2.1. De vanligaste interaktiva funktionerna .....	21
4.2.2. Andra interaktiva funktioner .....	22

4.2.3.	Interaktiva funktioner för medier som satsar .....	22
4.3.	Läsarnyheter och interaktivitet .....	22
4.3.1.	Läsarnyheters betydelse i den sekundära socialisationen .....	23
4.3.2.	Läsarnyheter och medierna .....	23
4.3.3.	Läsarna och läsarnyheter .....	23
5.	Studiens syfte .....	25
5.1.	Frågeställningar .....	25
6.	Studiens tillvägagångssätt .....	26
6.1.	Kvantitativ innehållsanalys .....	26
6.1.1.	Enklare kartläggning .....	27
6.1.2.	Innehållsanalys av svenska nättidningar .....	29
6.1.3.	Innehållsanalys av läsarnyheter .....	30
6.2.	Studiens tillförlitlighet .....	31
6.2.1	Reliabilitet .....	31
6.2.2.	Validitet .....	32
7.	Resultat och analys .....	33
7.1.	Läsarnyheter – inget utbrett fenomen .....	33
7.1.1.	Liten tillgång till läsarnyheter .....	34
7.2.	Hur får läsaren delta och under vilka förutsättningar .....	35
7.2.1.	Att hitta till läsarnyheter .....	35
7.2.2.	Vad krävs för att få delta .....	35
7.2.3.	Läsarnyheter – ett kravfyllt deltagande .....	40
7.3.	Hur deltar läsarna med läsarnyheter .....	41
7.3.1.	Vem har skrivit läsarnyheter .....	41
7.3.2.	Vad handlar läsarnyheter om .....	42
7.3.3.	Läsarnyheter – Nyheter ur det lilla perspektivet .....	44
7.4.	Hur aktiva är läsarna .....	45
7.4.1.	Läsarna som skribent på nättidningen .....	45
7.4.2.	Läsarnyheter som kommunikationsforum .....	46
7.4.3.	Läsarna aktiva skribenter men inte kommunikatörer .....	47
8.	Slutdiskussion .....	48
8.1.	Läsarnyheter en kontrollerad delaktighet .....	48
8.2.	Läsarnyheter en envägs kommunikation .....	48
8.3.	Bidrar läsarnyheter med interaktion på nättidningen .....	49

9. Källförteckning.....	50
9.1. Otryckta .....	50
9.2. Tryckta .....	50
Bilaga 1 .....	<b>Fel! Bokmärket är inte definierat.</b>
Nättidningar .....	<b>Fel! Bokmärket är inte definierat.</b>
Bilaga2 .....	<b>Fel! Bokmärket är inte definierat.</b>
Kodschema 1 - Enklare kartläggning av svenska nättidningar ...	<b>Fel! Bokmärket är inte definierat.</b>
Bilaga 3 .....	52
Kodschema 2: Innehållsanalys av svenska nättidningar som har läsarnyheter .....	52
Bilaga 4 .....	55
Kodschema 3: Kvantitativ innehållsanalys av läsarnyheter på svenska nättidningar .....	55
Bilaga 5 .....	57
Nättidningar med läsarnyheter .....	57
Bilaga 6 .....	58

## 1. INLEDNING

---

Medierna har det senaste decenniet genomgått en stark förändring. En allt större konkurrens inom mediesektorn samtidigt en som en radikal förändring för de teknologiska förutsättningarna har uppstått vilket lätt fram till en alltmer globaliserad mediescen.

Introduktionen av internet är en stor del i de förändringar som skett. De traditionella medierna har flyttat ut och börjat verka på den nya plattformen samtidigt som nya medier växer fram. Även andra distributionsplattformar (podcasting, streaming, mobiler etc.) har skapats vilket gör medierna alltmer till multiplattformsmidler. En del i att försöka binda upp och konkurrera om medieanvändarna i denna starka förändringsprocess är interaktiva funktioner. På detta sätt hoppas medierna att få mer lojala och engagerade läsare genom att de får tillgång till att medverka (Puijk 2008, 29-32). Men hur ser egentligen utbudet ut för interaktiva funktioner i medier?

Den här studien kommer vara en del i en kartläggning av interaktiva funktioner hos medier där den vill besvara hur den nya interaktiva funktionen läsarnyheter kan bidra till interaktivitet på nättidningar.

### 1.1. STUDIENS UPPDRAGSGIVARE

---

Dagspresskollegiet vid Institutionen för journalistik, medier och kommunikation vid Göteborgs universitet har initierat denna studie då nättidningar alltmer satsar på interaktiva funktioner. Dagspresskollegiet är ett forskningsprogram vilket har till syfte att bedriva forskning om medieanvändning med fokus på dagstidningar och dess publik (Hedman, Läsarmedverkan: Lönande logiskt lockbete; Nättidningarnas användarskapande innehåll ur ett redaktionellt ledningsperspektiv 2009).

Interaktiva funktioner har fått en stor betydelse när dagstidningarna börjat verka över internet. Här skapas för dagstidningarna en chans att verka med sin publik (Puijk 2008, 31-32,37-38). Den här studien blir en del i att kartlägga vilka olika former av interaktiva funktioner som finns där den sätter en fokus på ett nytt fenomen: läsarnyheter.

### 1.2. LÄSARNYHETEN

---

Läsarnyheter är en ny interaktiv funktion som finns på flera nättidningar där privat personer får möjlighet att själv skriva en egen "nyhet" vilken sen publiceras på nättidningen och i vissa fall även i nättidningens pappersupplaga. Läsarnyheter kan ses som en del av det internationella fenomenet med interaktiva funktioner som uppstått i och med internets framväxt, ökad konkurrens mellan medierna och ett minskat förtroende hos publiken för traditionella medier (Puijk 2008, 25).

Internet har skapat nya möjligheter för hur nyhetsmedier kan organisera sin produktion. I denna omvandling av produktionsprocessen har publiken och läsarna av medier blivit en resurs i något som kallas **citizens journalism**. Här blir publiken delaktig genom att de kan hjälpa till med insamling, nyhetsvärdering, produktion och att sprida nyheter (Bruns, Deuze och Neuberger 2007, 1,3, Puijk 2008, 29-31).

Den debatt och de studier i Sverige som berört begreppet **citizens journalism** har fokuserat på bloggen som interaktivt verktyg där medborgaren, publiken och läsaren kan bli

delaktig i nyhetsprocessen (Sundkvist och Johansson 2008, Danielsson och Widén 2007). Läsarnyheter som en del av **citizens journalism** är ett nytt fenomen i Sverige där läsaren genom att själv kunna medverka blir delaktig i nättidningen, men viktigt är att tillägga att det även tidigare funnits utrymme för läsaren att producera material för tidningar.

Helsingborgs dagblad som är en av de tidningar som startade upp en satsning för läsarnyheter på nätet. Detta gjorde de år 2009 och de beskriver det på sin hemsida som en investering där de kan få ett ökat dialogutbyte med läsaren samtidigt de kan täcka upp mindre lokala sammanhang som de tidigare inte hunnit med (Sköldqvist 2009). Här kan man se en vilja från tidningen att interagera med sin publik men kan också ana att läsarnyheter även har en ekonomisk drivkraft. Detta både genom att binda upp läsarna till nättidningen, men också genom att det blir ett relativt billigt sätt för materialinsamling.

Frågan blir här hur man ska se på läsarnyheter, släpps läsaren verkligen in för att interagera, får dem delta och uppstår det någon dialog? För att kunna svara på det måste man se hur det kan bidra som interaktivt medium på nättidningen.

---

### 1.3. INTERAKTIVITET

---

För att förstå läsarnyheter måste begreppet interaktivitet ringas in. Den här studien kommer att vila på ett sociologiskt förhållningssätt där den renaste typen av interaktion är den som sker ansiktet mot ansikte människor emellan. All annan interaktivitet kan ses som underavdelningar på det.

De som sker i en interaktion där vi människor kan se varandra, vara på samma plats och på samma tid är att våra verklighetsuppfattningar bli lika. Bara här kommer vi varandra riktigt nära och kan dela vår verklighet, ju längre ifrån vi frångår detta allt avlägsnare blir vår interaktion. Det är även i mötet människor emellan vi lättast kan overse våra fördomar och uppfattningar om andra. På motsatt sätt är det att ju längre vi kommer ifrån det personliga mötet med varandra som fördomar och uppfattningar om andra kan växa sig starka. Så för att interaktiviteten ska kännas relevant måste den komma nära det personliga mötet (Berger och Luckmann 1966, 41-47).

Interaktiva funktioner kan på detta sätt ses att ju närmare den kommer interaktionen ansikte mot ansikte människor emellan och ju större delaktighet har vi i vår interaktion och desto mer interaktiv blir det. För att se om en funktion som läsarnyheter är interaktiv måste läsaren, publikens och tidningens interaktion med varandra och läsarens delaktighet och möjlighet till kommunikation i processen att interagera undersökas (Chung 2007, 45, Örnbring 2008, 773-774).

---

### 1.4. ATT FÖRSTÅ LÄSARNYHETEN

---

För att förstå läsarnyheter som fenomen och dess plats på nättidningen kommer den här studien att ha som syfte att den vill se på **vilket sätt bidrar läsarnyheter till interaktivitet på svenska nättidningar?**

För att besvara detta har en kvantitativ innehållsanalys gjorts av nättidningar och läsarnyheter. På detta sätt kan läsarens interaktion på nättidningen undersökas där den kan se på läsarnyheters förmågor att låta läsaren att kommunicera och skapa delaktigheten i processen till interaktion på nättidningar.



Det har tidigare nämnts att det inte ska ses som ett nytt fenomen att läsaren får skriva i tidningen. Tvärtom har läsaren många gånger i historiens gång fått plats på tidningens sidor. För att sätta in läsarnyheter i sin historiska kontext har därför en historisk översikt över läsarens plats som producent i tidningen gjorts.

---

## 1.5 DISPOSITION

---

- Läsarnas plats i Tidningen - *i den svenska presshistorien*
  - Vilken plats i tidningen har läsaren haft ur ett historisktperspektiv? Här ser vi närmare på läsaren roll i tidningen som en delaktig part igenom svensk presshistoria.
- Studiens teoriram
  - Här går vi in på de teoretiska förutsättningar som för finns att se på läsarnyheter som interaktivt fenomen.
- Problematisering
  - Varför är det viktigt att se på hur läsarnyheter kan bidra till interaktiviteten på läsarnyheter? Det ska vi ta reda på här.
- Syfte och frågeställningar
  - Vilket är studiens syfte och vilka frågeställningar finns för att kunna besvara det.
- Metod
  - En genomgång över studiens metodval, tillvägagångssätt och tillförlitlighet.
- Resultat och analys
  - En presentation över studien resultat och analys.
- Slutdiskussion
  - Vad studien kommit fram och fortsatta studier.

## 2. LÄSARNAS PLATS I TIDNINGEN - I DEN SVENSKA PRESSHISTORIEN

---

Att läsarna bjuds in för att själva vara med och skapa tidningens material är inte något nytt fenomen. Men i och med en allt högre professionalisering av medierna har materialet gått från att ha skapats av privatpersoner till att allt mer produceras av professionella publicister.

### 2.1. I TIDNINGENS BEGYNNELSE – EN PLATS FÖR “ALLA”

---

Under 1700-talet var det det medborgerliga tidningsidealet som styrde. Här kan pressen delas upp i två inriktningar. Dels ämbetstidningar där allmänna meddelanden och dekret kunde föras ut av Sveriges myndighetsorgan. Men det fanns även en privat tidningsmarknad som började växa fram. Genom att trycka nyhetsblad kunde lokala boktryckare utnyttja sina tryckpressarna bättre (Ohlsson 2009, 45).

Här var det först och främst läsarna som stod för materialet där utgivarna ville erbjuda läsaren plats i sitt nyhetsblad som neutrala faktaspridare, att däremot skapa debatt eller bilda opinion var inget som efterlevdes. Utgivarna såg det som sin plikt att publicera det insända materialet där t.ex. tidningen *Patrioten* uttryckte när det startade sin tidning att deras tidning skulle vara (Lundell 2002, 21, 24-25):

Planen är att samla, emottaga och i nyssnämnde Blad utgifwa egne och alle Redlige Medborgares Tankar, Reflexioner, Anmärkningar och Betänkande om och öfwer alla Ämnen, som äro af wigt för det Almänna Bästa (Lundell 2002, 25).

Det var det medborgerliga idealet som styrde och kom ur tanken kring upplysning. Upplysningen var något krävande där det ansågs vara en medborgerligplikt att göra anspråk på sitt förnuft.

Pressen var dock inte en plats för alla, alla kunde i göra anspråk på sitt förnuft. Under 1700-talet var först och främst en angelägenhet för de högre stånden, de vill säga lärare, präster och ämbetsmän. Det var först efter 1830-talet tidningen började bredda sig mot fler läsare. (Lundell 2002, 31-32, 88, Ohlsson 2009, 46).

### 2.2. TIDNINGEN BLIR BREDARE - LÄSARNAS MEDVERKAN BEGRÄNSAS

---

På 1800-talet fick tidningen en ny karaktär, den bredda sig till en större publik men läsarnas chans att medverka begränsades. Det insända materialet fick alltmer dela med sig av utrymmet till förmån för utrikesnyheter och tidningen blev en färskvara med aktualitetskrav och nyhetsvärdering.

Tidningen var inte längre enbart en plats för de högre stånden, pressen blev medelklassens språkrör då de nästan helt saknade representation i riksdagen i början på 1800-talet. (Ohlsson 2009, 47-49). Dock fick det insända material se sig utträngt till förmån för annat material och där de politiska ställningstagandena togs av redaktören. Det insända materialet försvann dock inte helt men det var redaktören som valde vad skulle få hamna i tidningen, tidigare hade ju allt insänt material fått plats (Lundell 2002, 269-270).

### 2.3. EN TIDNING FÖR MASSORNA – EN YRKESKÅR VÄXER FRAM

---

När 1900-talet kom ledde en allt högre partpolitisk bundenhet, en ökad annonsmarknad och nya tekniska framsteg till en massproduktion där tidningen blev en tillgänglig produkt för de stora massorna. Där tidningen tidigare varit mer av ett idealiserat projekt av först tryckaren och sen redaktören för att föra ut åsikter och information gick den alltmer mot att bli en vinst drivande affärsverksamhet.

Men då allt fler kunde ta del av tidningen blev det allt mer ovanligt att kunna medverka, i och med att tidningarna förändrades skapade det också förutsättningen till att en yrkeskår kunde växa fram där det läsarnas medverkan i tidningen allt efter tidens gång fick ge plats för material skapat av journalister (Ohlsson 2009, 59,83,92-93,97).

Den vanlige medborgaren var dock inte helt utesluten från att kunna medverka i tidningarna. Ända fram till mitten av 1900-talet använde sig många tidningar av ortmeddelare, radskrivare och lokala korrespondenter där "vanliga" människor kunde skriva eget material till tidningarna.

Genom att skapa ett nät av lokala reportrar kunde tidningar få lokalt förankrat material, på detta sätt kunde den lokala tidningen på orten få en konkurrens fördel jämfört med andra tidningar. Detta blev en billig lösning till att kunna täcka in hela tidningens täckningsområde. Medverkan var något som var hårt reglerat, vilka och vad man kunde skriva om var begränsat då det var tidningen som både valde vilka som skulle skriva och vad man fick skriva om (Odén 2009, 149-150, Stål 2008, 78-79).

### 2.4. DEN PROFESSIONELLE JOURNALISTEN - LÄSARNAS MEDVERKAN IFRÅGASÄTTS

---

Under slutet på 1960-talet började det lokala insända materialet och journalistikens kvalitet ifrågasättas. Där det insända materialet från lokala reportrar kallades för ointressant bygdejournistik i den rådande debatten. Det var i och med partipressens alltmer minskande inflyttande från och med mitten av 1900-talet och public service etablering som gjorde att det uppstod nya journalistiska ideal. Tidningens innehåll skulle vara lokalt, allmängiltigt, informativt och samhällrelevant.

Detta var något som det insända lokala materialet inte ansågs var utan för att skapa det menade kritikerna att det krävdes fler journalister. Utveckling som följde var att läsarnas medverkan förflyttades till insändarsidor och det offentliga ställningstagandet till ledarsidor och debattinlägg. Journalisterna blev fler på redaktionerna och i tidningsledningarna betonades det redaktionella materialet och den affärsmässiga verksamheten.

I och med att idealet för journalisten ändrades blev också journalistrollen annorlunda. Journalisten skulle vara i medborgarens tjänst där tre urtyper identifierats: den kritiska granskaren, den neutrale informatören och folkbildaren. Detta är ett ideal som fortfarande idag lever sig starkt kvar i synen på journalistik som profession. (Weibull 2009, 265,308-311, Andersson 2009, 74-77).

### 2.5. FRÅN TIDNING TILL MULTIPLATTFORM MEDIER

---

En liberalisering av mediepolitiken under 1980 och 1990 talet förändrade förutsättningarna helt för tidningsorganisationerna. Avreglering av radio, tv och uppkomsten av den nya

medieplattformen internet skapade en helt ny reklammarknad där nya reklammedier växte fram. Tidningsmarknaden blev mer och mer konkurrensutsatt och upplagorna för papperstidningen började sakta minska. Ett sätt att möta den ökade konkurrensen blev att gå från renodlade tidningsorganisationer till att investera i andra branscher och bli mediekoncerner. Från att ha enbart publicerat nyheter en gång per dygn när tidningen gavs ut, gick det till att kunna publicera nyheter dygnet runt på nya plattformar såsom radio, tv och webben (Djerf-Pierre, Management i en komplex medie värld 2009, 362,395,424).

I och med den ökade konkurrensen där internet skapat en globaliserad marknad och det upplagetapp som tidningarna fått erfara har läsarintresset kommit i mer fokus. Tidningar har börjat arbeta aktivt med att göra tidningen attraktiv för läsaren där den lokala profilen blivit allt viktigare. Tidningen ska engagera, roa, beröra och tilltala läsaren. Internet har skapat nya verktyg och förutsättningar där man hoppas att interaktivitet och med den möjligheten för läsarna till medverkan ska locka läsare (Puijk 2008, 29-31, Djerf-Pierre, Management i en komplex medie värld 2009, 447).

---

### 3. STUDIENS TEORIRAM

---

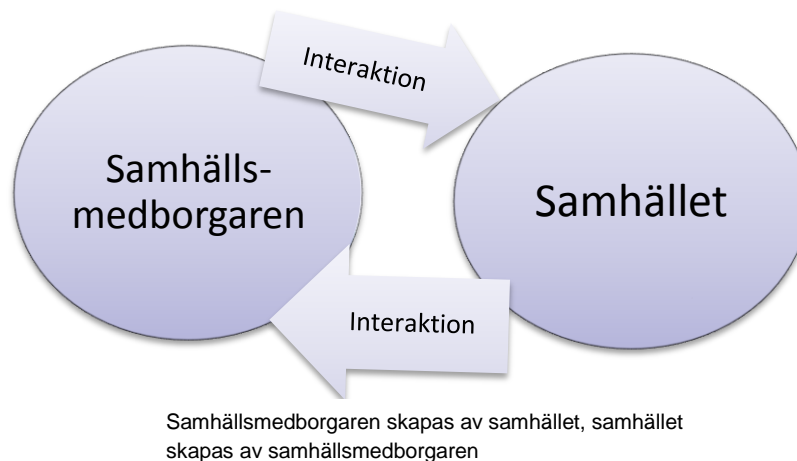
Utvecklingen av internet och den utveckling som kommit till följd av detta, interaktiva funktioner, ska i mångt och mycket ses som ett socialt fenomen. För att förstå de innovationer som internet skapat måste den teknologiska utvecklingen förstås som en socialt konstruerad verklighet skapat av flera aktörer. Medieorganisationerna är en av dessa aktörer, läsarna en annan. Därav kan man inte förstå en interaktiv funktion enbart utefter vad den uppnår, utan här måste vi för att svara på syftet se den som en del i en process som måste placeras i sin sociala kontext. För att svara på det måste studien se vilken roll medieorganisationen har som social aktör och vilken roll läsaren har som social aktör i förhållanden till de interaktiva funktionerna som skapas och även se vilken roll interaktionen har för oss som människor (Domingo 2008, 16-19).

---

#### 3.1. INTERAKTIVITET I DEN SEKUNDÄRA SOCIALISATIONEN

---

Interaktionen med andra har stor betydelse för oss människor. Det är genom interaktion vi blir de samhällsmedborgare vi är, men det är också genom interaktion vi upprätt håller och omdefinierar vårt samhälle och vår verklighetsuppfattning.



Genom interaktionen kan vi dela våra verkligheter med varandra och på så sätt kan en gemensam verklighetsuppfattning skapas, vi lever inte bara i samhället utan vi delar också varandras vardag (Berger och Luckmann 1966, 41-47, 154).

---

##### 3.1.1. MÄNSKLIG INTERAKTIVITET

---

Interaktionen kan beskrivas som mötet människor emellan. Detta möte kan ske på flera olika sätt där den renaste interaktionen kan ses som det personliga mötet människor emellan, ansikte mot ansikte, på samma plats och samma tid. Det är i detta möte vi bäst kan dela våra verkligheter. Alla andra möten kan beskrivas som underavdelningar på detta möte. De två huvudelement som mötet behöver uppbära som avgör närheten av vår interaktion blir:

Hur kommunikationen ser ut, är de en envägs kommunikation eller en flervägs kommunikation?  
Hur stor delaktighet vi får i mötet, får vi delta personligen eller genom ett medium.

Ju längre vi frångår detta möte desto opersonligare och mindre relevant blir förmedlingen av våra olika verkligheter. Men det har inte bara betydelse hur vi möter andra människor utan även vilka vi möter (Berger och Luckmann 1966, 41-47).

---

### 3.1.2. VÅRA FÖRSTA MÖTEN DEFINIERAR OSS TILL VILKA VI ÄR

---

Vilka vi möter och interagerar med kan delas upp i primär och sekundär socialisation. När människan föds är hon inte samhällsmedborgare, detta är något som vi blir. De första andra människor vi möter, oftast våra föräldrar, blir de som introducerar oss in i samhället. Dessa första möten blir vår primära socialisation. Vi kan se att på det sättet filtreras världen och samhället genom dessa första möten till att skapa den blivande samhällsmedborgaren (Berger och Luckmann 1966, 153-162).

---

### 3.1.3. SAMHÄLLET I STÄNDIG OMDEFINIERING

---

Vår socialisation slutar dock inte där, vårt behov att skapa och omdefiniera hur vi ser på samhället är en ständig pågående process. För att få allt större kunskap om samhället tar efter den första primära socialisationen den sekundära socialisationen över.

Denna socialisation är den interaktivitet vi har med andra utanför de första människorna vi mött. Här kan vi se de personer vi möter i skolan, dagis, andras föräldrar, våra vänner osv. Men även mötet med olika samhällsinstitutioner spelar roll, såsom olika myndigheter, privata företag och medier. Då vår första socialisation process kan ses som ett icke ifrågasättande av den verklighet vi får tilldelad blir den sekundära det motsatta. Här är verklighetsuppfattningen inte alltid den samma vilket gör att vi som samhällsmedborgare alltmer väljer en verklighetsuppfattning som passar oss. Vi skapar dock ingen ny verklighetsuppfattning, utan vi väljer mellan de som vi blir tilldelade (Berger och Luckmann 1966, 162-172).

---

## 3.2. MEDIERNA I DEN SEKUNDÄRA SOCIALISATIONEN

---

Hur kan man förstå mediernas roll i samhället som en del av den sekundära socialisationen och vilken betydelse kan interaktiva funktionerna få för läsaren.

---

### 3.2.1. MEDIERNA EN KUNSKAPSFÖRMEDLARE

---

Medierna är en del av den sekundära socialisationen. De blir en del av vilka vi som samhällsmedborgare inhämtar kunskap för hur samhället fungerar. Här inhämtas också, normer, värderingar och rollspecifik kunskap. Med rollspecifik kunskap menas till exempel att en dagstidning som är av en lokalkaraktär blir en del i att definiera vad och hur det lokala

samhället är och fungerar eller att de lokala sportsidorna i tidningen blir på så vis en del att definiera det lokala sportlivet för oss (Berger och Luckmann 1966, 162-165).

För att den kunskap som överförs av medier ska uppfattas relevant för hos krävs en ömsesidig identifikation. De blir alltså troligare att samhällsmedborgaren tar till sig kunskap som förmedlas från sportsidorna på den lokala tidningen om man redan är intresserad av sport och det blir ännu mer troligare om man dessutom kommer från det lokala samhället. Medierna måste alltså förmedla kunskap som är intressant, relevant och stämmer överens med hur vi uppfattar vår verklighet för att vi ska ta till oss den (Berger och Luckmann 1966, 165-166).

---

### 3.2.2. INTERAKTIVA FUNKTIONER I DEN SEKUNDÄRA SOCILISATIONEN

---

Interaktiva funktioner skulle kunna bli ett paradigm skifte inom media där läsaren skulle tillsammans med tidningen kunna definiera vilken kunskap som är av vikt. Här skulle även media kunna gå från den envägskommunikation som uppkommit då medierna alltmer professionaliserats till en flervägskommunikation (Chung 2007, 43). På detta sätt kan interaktiva funktioner göra läsaren och samhällsmedborgaren mer delaktig i processen i den sekundära socialisationen. Den kan också skapa en ökad relevans för den kunskap som förmedlas genom att kommunikationen får en form mer mot det som sker i det personliga mötet, ansikte mot ansikte. Här blir hur vi får kommunicerar och delta faktorer för att ta reda på hur nära vi kommer detta möte. (Berger och Luckmann 1966, 41,166).

---

## 3.3. LÄSARENS INTERAKTIVITET

---

Interaktivitet är det sätt som vi socialiseras in till de samhällsmedborgare vi är. Genom interaktion med andra skapas vi och tillsammans definierar vi vårt samhälle. För att interaktionen ska kännas relevant och skapa delaktighet krävs det att interaktionen liknar den mest grundläggande, där vi möts personligen, ansikte mot ansikte (Berger och Luckmann 1966, 41). Nyckelorden för hur man ska definiera interaktiva funktioner blir här att se hur läsaren får kommunicera och delta.

---

### 3.3.1. INTERAKTION – HUR LÄSAREN FÅR MÖTAS

---

Genom att se vem eller vad läsaren får kommunicera med kan man avgöra hur nära interaktionen kommer det mänskliga mötet där vi träffas ansikte mot ansikte och på så vis se hur relevant interaktionen blir.

Här har flera forskare sett vikten i att dela upp de interaktiva funktionerna i två olika begrepp, **human interactivity** och **medium interactivity**.

### 3.3.1.1. HUMAN INTERACTIVITY

---

**Human interactiviy** är en form av interaktion mellan läsare-till-läsare eller läsare-till-journalist och får på så vis mer av karaktären av det mänskliga mötet ansikte-mot-ansikte. Här ger den interaktiva funktionen möjlighet för läsarna till en tvåvägskommunikation. Här skapas ett forum för att interagerar med andra läsare eller journalister genom en kommunikationskanal t.ex. e-post, diskussionsforum eller kommentarfunktion (Chung 2007, 45).

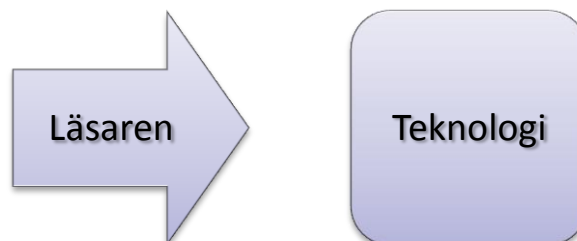


### 3.3.1.2. MEDIUM INTERACTIVITY

---

**Medium interactivity** gör interaktiva funktionen möjlig genom att läsarna får interagera genom att kommunicera mellan läsare och teknologi t.ex. hyperlänkar.

Läsaren får genom **medium interactivity** möjlighet till en envägskommunikation där de kan få en större kontroll över sin mediekonsumtion. Däremot skapas det på detta sätt ingen dialog läsare emellan eller mellan läsaren och journalister vilket **human interactiviy** kan (Chung 2007, 45,50).



## 3.3.2. INTERAKTION – HUR LÄSAREN FÅR DELTA

---

Men för att se hur läsaren får interagera måste den interaktiva funktionen ses ur ett deltagande perspektiv. Hur läsaren får delta i produktionen av innehållet i medierna. Blir den interaktiva funktionen ett redskap för läsaren att kunna delta i medieinnehållet eller blir deltagandet i interaktiviteten enbart ett komplement till det redaktionella materialet.

För att se till i hur hög grad läsaren får delta i medierna med sin interaktion kan man se det ur perspektivet av konsumentdeltagandet i produktionsprocessen. Något som definieras i begreppet **prosumerism** som i sin tur delas upp i två delar: **customization** och **production**. På detta sätt blir deltagandet en mätbar faktor för interaktivitet där forskaren kan se hur mycket läsarna själv får vara delaktiga i produktionen av innehållet i medierna.

**Customization** begreppet beskriver de interaktiva funktioner som inte kräver stort medverkan från konsumenten i själva produktionen av nyhetsmaterialet. Exempel på det



är kommentarfunktioner där läsaren kan kommentera artiklar, funktioner där man kan betygsätta innehållet eller där man som läsare kan välja själv över vilken typ av nyheter som visas när man loggar in på en användarsida på tidningen. **Production** är interaktiva funktioner där konsumenten har större möjlighet för medverkan, här står läsaren till större delen själv för det producerade materialet såsom bloggar, forum, nyheter som är producerade av läsarna och inskickat visuellt material från läsarna (Örnbring 2008, 773-774).

Här blir det också viktigt att se vad läsaren får delta med. Får läsaren delta om allt hos mediet eller är det begränsat till vissa områden. Två olika uppdelningar kan göras här. Dels kan man se om den interaktion läsaren får delta i är information eller underhållningsbetonad. Dels om den interaktion läsaren får delta i det privat eller det offentliga rummet. Den här studien lägger inga värde skillnader på det olika uppdelningarna men de kan berätta för oss i vilket kontext som läsaren får vara med och interagera (Örnbring 2008, 775).

---

## 4. PROBLEMATISERING

---

Medierna har förändrats kraftigt under det senaste decenniet. En teknologisk utveckling och ökad konkurrens med internets tillväxt som viktigt bidragande faktor har lett fram till ett implementering av interaktiva funktioner på medier då de alltmer flyttat ut verksamhet på nätet. Här är läsarnyhetsen blivit ett nytt interaktivt fenomen i Sverige, men på vilket sätt kan de tänkas bidra som interaktion på nättidningar?

---

### 4.1. MEDIEORGANISATIONEN I FÖRÄNDRING

---

Det senaste decenniet har medierna radikalt förändrats. Tekniskutveckling och ökad konkurrens där internet är en stor bidragande faktor har lett fram till dessa förändringar. Mediernas sett att organisera sig förändras där traditionella medier fått flytta ut verksamhet på den nya plattformen internet och nya helt webbaserad medier skapas drivna av medborgligt engagemang. Det har även skett förändringar i det journalistiska materialet och journalisternas roll. En del i detta är interaktiva funktioner (Chung 2007) (Bruns, Deuze och Neuberger, Preparing for an age of participatory news 2007) (Puijk 2008).

---

#### 4.1.1. FRÅN TRADITIONELLA MEDIER TILL MULTIPLATTFORMSORGANISATIONER

---

Tekniska förändringar och ökad konkurrens har förändrat hur medieorganisationerna ser ut. Både inom den kommersiella och public service sfären har medierna mött en ökad konkurrens. Något som i Sverige drivits på av en liberalisering av regleringar av media och uppkomsten av nya medieplattformar. Internets uppkomst kan här ses som en stor faktor men även andra medieplattformar har skapats och utvecklas. Från att tidigare enbart ha en produktionsform går medierna mot att bli multiplattformorganisationer som bedriver flera olika former av nyhetsarbete (Puijk 2008, 31, Djerf-Pierre, Management i en komplex medie värld 2009, 362).

Här har interaktiva funktioner där läsaren blir delaktig i medieorganisationen uppkommit. Detta utifrån flera orsaker:

- dels i en uppifrån driven process där medieorganisationer implementerar interaktiva funktioner som ett sätt att kunna konkurrera om läsare och skapa ett ökat förtroende till innehållet
- dels som en underifrån driven process där ideella krafter vill skapa ett alternativ till traditionella medieorganisationer där fler får vara med och bestämma nyhetsagendan
- dels som en hybrid mellan den uppifrån drivna processen och den underifrån drivna där den är en vidareutveckling av public service agendan, public service företagen driver på en utveckling för ett ökat medbestämmande för att kunna skapa ett medium för alla (Bruns, Deuze och Neuberger 2007, 5, Chung 2007, 44)

---

#### 4.1.2. INTERAKTION OCH MEDIEORGANISATIONEN

---

De interaktiva funktionerna som skapas gör läsaren till en del av nyhetsorganisationen. Läsarna blir en resurs för tidningen i något som kallas **citizens journalism**. Det blir ett tillfälle att motverka tappat förtroende för medierna där läsaren blir en aktiv del i skapandet av

nyhetsmaterialet och journalistiken. Genom **citizens journalism** får interagera i tidningen där de kan hjälpa till med insamling, nyhetsvärdering, produktion och att sprida nyheter (Bruns, Deuze och Neuberger 2007, 1,3, Puijk 2008, 29-31).

Men läsarna som en aktiv part i medieorganisationer förändrar journalistikens förutsättningar. Detta gör det inte är en helt okontroversiell fråga. Både medieorganisationerna och journalisterna visar på en tveksamhet att släppa in läsaren som en medspelare.

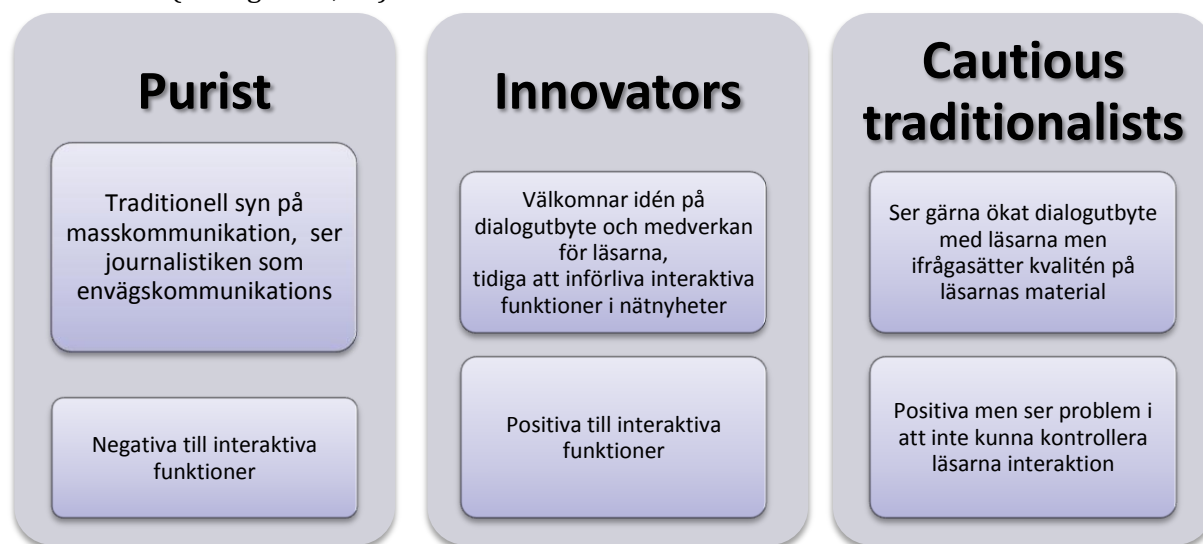
#### 4.1.2.1. LÄSARNA SOM DEL AV MEDIEORANISATIONEN

---

Medieorganisationerna ser positivt på interaktiva funktioner men det ser inte något behov för **human interactivity**. De ser främst interaktivitet som ett teknologiskt fenomen som blir en resurs för nyhetsläsarna där de själva kan välja vad de vill konsumera. Men de kan inte se läsaren som en delaktig part i processen att skapa nyheter eller interaktiviteten som ett sätt att skapa dialog mellan läsare och läsaren och journalisten (Chung 2007, 51).

Interaktivitet ses som ett problem för medieorganisationerna. Kvalitén i det läsargenererade material som interaktiva funktioner ger upphov till betvivlas där medverkan i själva nyhetsprocessen ifrågasätts. Medieorganisationerna oroar sig för den ociviliserade ton som kan förekomma i interaktionen. Därför ses interaktiviteten som en dyr funktion då den måste kontrolleras, besvaras och ges respons (Chung 2007, 51,56).

Här har Chung sett i sin studie *Profit and perils* tre olika typer av medieorganisation i deras inställning till att ge möjlighet för interaktivitet. **Purist** som ser medier i ljuset av traditionell masskommunikation med ett envägskommunikationstänkande. **Innovators** som kan ses som revolutionärer av att införliva interaktiva funktioner i nätnyheter och **Cautious traditionalists** vilka inte är säkra på hur de ska hantera internet och interaktivitet som medium (Chung 2007, 52).



(Chung 2007, 52-56)

#### 4.1.2.2. LÄSARNA SOM EN DEL AV JOURNALISTIKEN

---

I och med Internets etablering har det det journalistiska materialet förändrats. Men vem som står bakom innehållet hos medierna har inte förändrats. Trots införlivandet av interaktiva funktioner är det fortfarande de professionella journalisterna som skriver nyheterna och dialog

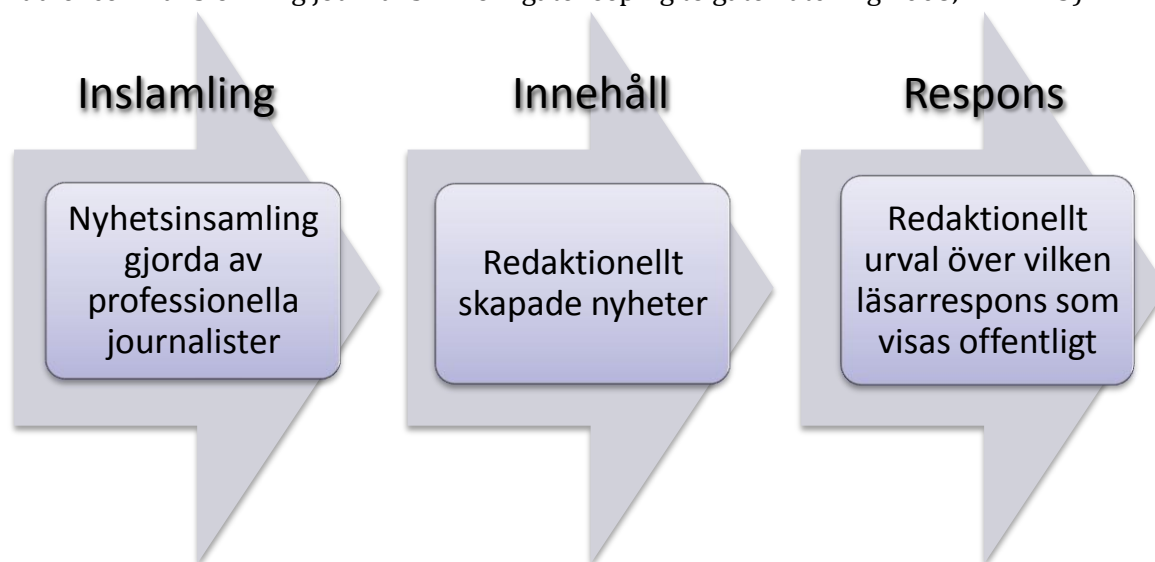
utrymmet för läsaren är begränsat. Införlivandet av interaktiva funktioner går långsamt där det är främst funktioner med **human interactivity** som inte används. (Chung 2007, 46-47,57).

Detta ska ses i ljuset av hur journalisterna ser på sin publik. Trots webbens ökande möjligheter för utbyte mellan journalister och läsaren har det inte lett till en ökad kontakt. Inte heller har det skapat en ökad vilja hos journalisterna att ha kontakt med sina läsare. Läsarnas inflyttande över det journalistiska materialet har på så vis inte förändrats trots utvecklingen med interaktiva funktioner (Andersson 2009, 152,161).

Det finns en rädsla från journalister att **citizens journalism** undergräver det goda journalistiska arbetets inflytande och vikt i samhället. Medierna har inte längre ensamrätt att bilda opinion eller att informera. Internet har skapat möjlighet för läsaren att få information från andra källor än de traditionella. Precis som musikindustrin, filmindustrin och mjukvaruföretag står medieföretag och journalistiken inför en förändring om tjänsternas spridning och produktion (Bruns, The Active Audience: Transforming journalism from gatekeeping to gatewatching 2008, 173).

Internet har skapat möjlighet till en underifrån driven process med individuella och kollektiva uttrycksätt. Här finns utsikter för att innehållet i media skapar delaktighet och möjlighet för kommunikation där läsarna får vara med i en nätverksjournalistik där professionella och amatörer jobbar tillsammans (Bruns, The Active Audience: Transforming journalism from gatekeeping to gatewatching 2008, 173, Bruns, Deuze och Neuberger, Preparing for an age of participatory news 2007, 171-172).

Sakta börjar därför journalisternas roll att förändras. Tidigare var journalistiken dominerad av en process som kallas **gatekeeping**. Med det menas att journalisterna bestämde vad som var av vikt för läsarna att veta och detta skedde på tre plan (Bruns, The Active Audience: Transforming journalism from gatekeeping to gatewatching 2008, 174-175).

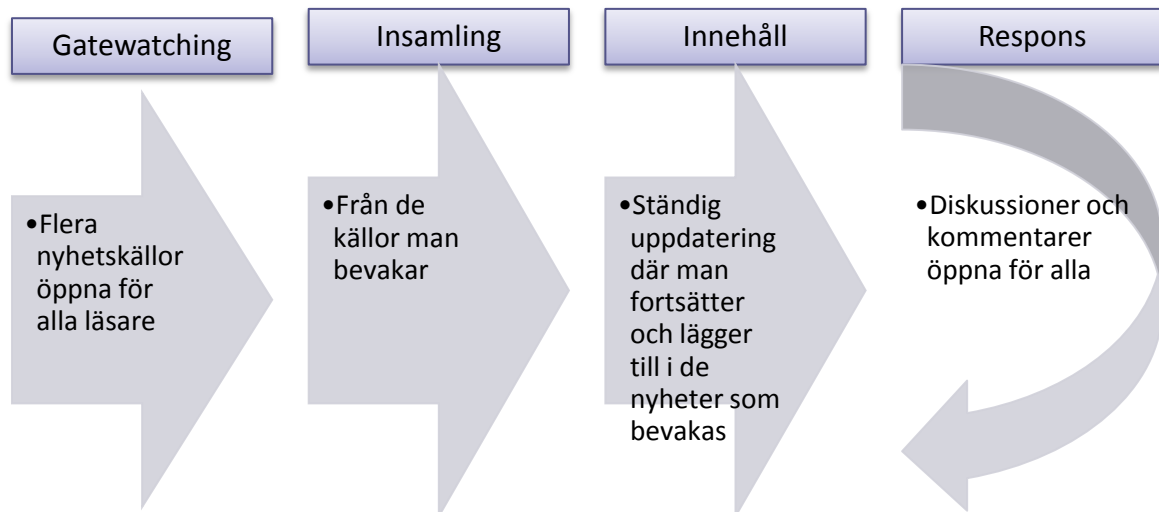


(Bruns, The Active Audience: Transforming journalism from gatekeeping to gatewatching 2008, 175)

I och med att interaktiva funktioner alltmer implementeras i journalistiken med en utveckling av **citizens journalism** börjar den gamla modellen med **gatekeeping** förändras. En mer kollektiv filtrering av media utvecklas där läsaren blir delaktig i vad som är intressant att publicera och kan kommunicera med andra läsare. **Citizens journalism** får inte en annan nyhetsagenda än den som finns i de traditionella nyheterna. Men de ger ytterligare en tolkning, spinner vidare med nya bakgrundshistorier och ger ännu mer information relaterat till de

traditionella nyhetsproducenternas material. Läsarna får på detta sätt tillgång till flera källor där journalisternas produkter inte längre har ensamrätt till vilka nyheter och nyhetstolkningar som är av vikt. Här blir det istället fråga om **gatewatching**. En bevakning av alla de olika källor och den information som där ur strömmar. Läsaren kan välja ut den information som är intressant utefter hennes egna intressen (Bruns, *The Active Audience: Transforming journalism from gatekeeping to gatewatching* 2008, 176-177).

**Gatewatching** blir en mer organisk process med delaktighet i produktionen och med en ökad möjlighet för kommunikation om innehållet. Den ser ut så här:



## 4.2. INTERAKTIVA FUNKTIONER

Vilka interaktiva funktioner finns idag att tillgå hos medierna i Sverige förutom läsarnyheten och vilka olika former har dem utifrån de teoretiska utgångspunkterna.

### 4.2.1. DE VANLIGASTE INTERAKTIVA FUNKTIONERNA

Bland de vanligaste interaktiva funktionerna finns tre olika former.

- Möjligheten att skicka in eller ladda upp bilder.
- Läsaren kan svara på en enkätfråga, ofta kallad "Dagens fråga".
- Kommentarfunktioner där läsaren kan kommentera artiklar, krönikor eller bloggar (Hedman, *Läsarmedverkan: Lönande logiskt lockbete; Nättidningarnas användarskapande innehåll ur ett redaktionellt ledningsperspektiv* 2009, 30).

Av de här interaktiva funktionerna ger enbart den tredje tillgång för läsaren till **human interactivity**. De andra två funktionerna skapar bara en envägskommunikation som sker genom ett givet medium. Däremot är det bara den första av de interaktiva funktionerna som ger ett högt deltagande i nyhetsmaterialet för läsaren. Här får läsaren delta med eget material medan de andra två enbart skapar en interaktivitet med lågt deltagande. Läsaren får här bara till liten del delat i det slutliga innehållet (Örnbring 2008, 773-774, Chung 2007, 45).

---

#### 4.2.2. ANDRA INTERAKTIVA FUNKTIONER

---

Funktioner som inte är fullt lika vanliga men ej heller kan betraktas som ovanliga på medier på nätet är:

- Möjlighet för läsaren att skicka in eller ladda upp filmer och texter.
- Läsaren kan tipsa andra, diskutera eller följa andras diskussion genom att länkar efter artiklarna till olika externa aktörer som Facebook, Myspace, Twitter eller Pusha.
- Möjlighet att anmäla och moderera innehåll andra läsare skapat (Hedman, Läsarmedverkan: Lönande logiskt lockbete; Nättidningarnas användarskapande innehåll ur ett redaktionellt ledningsperspektiv 2009, 30).

Här ger första interaktiva funktionen möjlighet till stort deltagande för läsaren då det är läsaren som står för materialet. Däremot skapar inte den interaktiva funktionen någon möjlighet till tvåvägskommunikation utan läsaren får enbart en envägskommunikation då de skickar in sitt material till genom ett medium.

Den andra funktionen ger möjlighet för läsaren till en tvåvägskommunikation, men där den egentliga kommunikationen inte sker på mediet utan man skickas vidare till ett externt socialt forum. Här skapas **human interactivity** men inte på nyhetsmediet. Deltagandet för läsaren är dock lågt då läsaren inte får bidra med något eget material.

Den tredje funktionen skapar varken högt deltagande eller någon tvåvägskommunikation mellan läsarna (Örnbring 2008, 773-774, Chung 2007, 45).

---

#### 4.2.3. INTERAKTIVA FUNKTIONER FÖR MEDIER SOM SATSAR

---

Medier som satsar på att ge läsarna tillgång till flera former av interaktiva funktioner kan ha dessa funktioner. Därav är dem här interaktiva funktionerna inte fullt så vanliga hos medier som de tidigare.

- Chattar och diskussionsforum för läsarna
- Möjlighet för läsarna att blogga på tidningen eller länka sina externa bloggar
- Tillgång för läsarna att själva betygsätta krogar, filmer, nöjen etc (Hedman, Läsarmedverkan: Lönande logiskt lockbete; Nättidningarnas användarskapande innehåll ur ett redaktionellt ledningsperspektiv 2009, 30).

Alla dessa funktioner ger läsarna stort deltagande. Här får läsarna bidra med sitt eget material på mediet. Den första funktionen ger dessutom stor möjlighet för läsarna att skapa **human interactivity** då det är mening med själva den interaktiva funktionen att skapa tvåvägskommunikation och interagera med andra läsare. För att den andra och tredje interaktiva funktionerna ska bli tvåvägskommunikation krävs att en kommentarfunktion tillkommer. I sin rena form blir det främst en envägskommunikation.

Den första av dessa interaktiva funktioner kan ses ge stor möjlighet för läsaren att interagera (Örnbring 2008, 773-774, Chung 2007, 45).

---

#### 4.3. LÄSARNYHETEN OCH INTERAKTIVITET

---

Läsarnyhетен skulle kunna bli den interaktiva funktion som låter läsaren både få delta och skapa tvåvägskommunikation på nättidningar. Till skillnad från andra interaktiva funktioner skulle här läsaren kunna få delta på nyhetsplats, sida vid sida med professionella journalister. Här skulle en nätverksjournalistik kunna skapas där fler än de traditionella nyhetsförmedlarna får

tolkningsföreträdde. Istället för att nättidningen skapades i en process av **gatekeeping** skulle implementering av läsarnyheter kunna utveckla en **gatematching** process. Där flera källor blir öppna för läsaren och där läsaren själv kan skapa sina egna nyheter öppna för respons och dialog (Bruns, *The Active Audience: Transforming journalism from gatekeeping to gatematching* 2008, 173, Bruns, Deuze och Neuberger, *Preparing for an age of participatory news* 2007, 171-172). På detta sätt kan läsarnyheter bidra till hela nättidningens interaktivitet.

---

#### 4.3.1. LÄSARNYHETENS BETYDELSE I DEN SEKUNDÄRA SOCIALISATIONEN

---

Genom att läsarnyheter kan bidra till interaktivitet hos nättidningar kan även läsarna få ett ökat utrymme i den sekundära socialisationen. När nättidningen öppnas för fler röster och tolkningar av samhället öppnas även möjligheter för att människan kan relatera och identifiera sig i den verklighetsbild medierna erbjuder. Läsaren kan även själv bidra med sin verklighetsuppfattning och på så vis kan även en dialog skapas. Om nättidning får mer av en form av interaktionen ansikte-mot-ansikte kan denna dialog även ge en ökad förståelse för andra människors verklighetsuppfattningar (Berger och Luckmann 1966, 41-47).

---

#### 4.3.2. LÄSARNYHETEN OCH MEDIERNA

---

I den förändring som drivits fram av nya teknologier och ökad konkurrens har interaktiva funktioner blivit ett sätt att konkurrera om medieanvändarna. Läsarna ses som en resurs till nättidningen där läsarna kan bidra med insamling, nyhetsvärdering, produktion och att sprida nyheter (Bruns, Deuze och Neuberger 2007, 1,3, Puijk 2008, 29-31). Medierna hoppas att interaktiva funktioner ska skapa ett ökat förtroende till innehållet, blir ett alternativ till de traditionella nyheterna och göra nyheter för alla. Allt detta kan ses som bidragande faktorer till uppkomsten av läsarnyheter (Bruns, Deuze och Neuberger 2007, 5, Chung 2007, 44).

De som talar emot att läsarnyheter implementeras på nättidningen är den rädsla medieorganisationer och journalister har att släppa kontrollen över innehållet. Dessutom finns en dålig förståelse för interaktiva funktioner som skapar **human interactivity** vilket kan få i resultat att läsarnyheter som interaktiv funktion inte ses som viktig eller begränsas (Chung 2007, 46-47,57, Andersson 2009, 160-161, Bruns, *The Active Audience: Transforming journalism from gatekeeping to gatematching* 2008, 173).

---

#### 4.3.3. LÄSARNA OCH LÄSARNYHETEN

---

Är läsarnyheter något som efterfrågas av läsarna själva? För att läsarnyheter ska kunna bidra till interaktiviteten på nättidningar måste läsarna ta till sig den nya funktionen. För att ett nytt teknologiskt verktyg såsom läsarnyheter ska fungera behöver det sociala kontexten verka inom ha en efterfrågan. Det räcker inte med att tekniken finns och fungerar, medieorganisationerna måste också vara redo att implementera den nya funktionen och läsarna måste finna funktionen användbar. Detta gör att vad som kan fungera på en nättidning kanske misslyckas på en annan. Alla aktörer som ingår i processen att implementera interaktiva funktioner måste vara redo (Domingo 2008, 22-24, Quandt 2008, 77-78). Frågan blir om läsarna är redo för läsarnyheter?





## 5. STUDIENS SYFTE

---

Kan läsarnyheter bidra till att läsarna får tillgång att kommunicera och delta. För att kunna se detta måste studien svara på hur möjligheterna till läsarnyheter på nättidningar ser ut och hur läsarna använder sig av dessa möjligheter. För att göra detta är studiens syfte att se på:

**På vilket sätt bidrar läsarnyheter till interaktivitet på svenska nättidningar?**

### 5.1. FRÅGESTÄLLNINGAR

---

För att kunna svara på syftet behöver studien besvara fem frågeställningar, dessa fokuserar på olika delmoment i hur interaktiviteten som skapas av läsarnyheter på nättidningen ska kunna ringas in.

1. Hur utbrett är fenomenet läsarnyheter på svenska nättidningar?
  - a. Studien ska här se närmare på hur stor tillgång de finns för läsarnyheter på svenska nättidningar och vilka nättidningar som har tjänsten.
2. Hur bjuds läsarna in till att delta och läsa läsarnyheter?
  - a. Är det lätt eller svårt att hitta till läsarnyheter och hur tillgängligt är det för läsaren att själv bidra med sin läsarnyhet?
3. Under vilka förutsättningar sker läsarnyheter?
  - a. Sätts det krav på vilket material som läsaren får bidra med som läsarnyheter och sätts det begränsningar på form och vilka ämnen som läsaren får ta upp? Sätts det krav på läsaren för att få bidra med läsarnyheter eller får alla vara med? Får läsarna vara med i bedömningen vad som är en bra eller dålig nyhet?
4. Vilka ämnen berör läsarnyheter?
  - a. Vilka ämnen tar läsarna upp, är det opinions eller nyhetsmaterial eller är det främst andra ämnen som tas upp?
5. Hur är intensiteten i interaktionen?
  - a. Hur ofta kommer nya läsarnyheter och sker det någon interaktion mellan läsarna i form av kommentarfält?

## 6. STUDIENS TILLVÄGAGÅNGSÄTT

---

Studien har haft ett tillvägagångssätt med en innehållsanalys i tre delmoment.

### 6.1. KVANTITATIV INNEHÅLLSANALYS

---

För att se på vilket sätt läsarnyheten bidrar till interaktivitet på nättidningar har tre insamlingsmoment utvecklats. På grund av att det undersökta fenomenet är så pass nytt har studien utvecklats längs vägen. Först genom en enklare kartläggning av svenska nättidningar. I och med de resultat som uppkommit har en mer djupgående innehållsanalys av nättidningar gjorts. Här har läsarnyhetsfunktionen ringats in och därefter har en innehållsanalys av läsarnyheter utförts. Studien har på så vis utvecklat sig till att bli en kvantitativ innehållsanalys i tre steg.



Genom att studien vill mäta förekomsten av interaktivitet som läsarnyheten bidrar till hos nättidningar och inte enbart vill beskriva interaktiviteten utan även förklara varför den uppstår eller inte uppstår så är den kvantitativa innehållsanalysen att föredra. Studien vill se på frekvensen och utrymmet som interaktiviteten har och genom oberoende och beroende variabler se på orsak och verkan hos läsarnyhetens innehåll och form vilket gör att det blir texten som är intressant att undersöka. Det finns även en strävan efter generaliserbarhet över läsarnyheten som interaktivt fenomen något som delvis uppnåtts, vilket kommer tas upp senare när delmomenten beskrivs och urvalsgrunderna framställs (Bryman 2002, 92-93, Esaiasson, o.a. 2007, 223-225)

---

### 6.1.1. ENKLARE KARTLÄGGNING

---

För att kunna besvara första frågeställningen, hur utbrett fenomenet med läsarnyheter är på svenska nättidningar har en enklare kartläggning av svenska nättidningar gjorts.

---

#### 6.1.1.1. URVAL OCH BEGRÄNSNINGAR

---

För att svara på första frågeställningen måste analysenheten, svensk nättidning, definieras. Vad ska räknas som en svensk tidning på nätet? Här har flera begränsningar gjorts:

- att den ska finnas på nätet
- det ska vara uttalat på hemsidan att det rör sig om en tidning
- egenproducerade nyheter ska kunna tillgås på nättidningen
- den ska vara producerad i Sverige med en huvudsaklig fokus på nyheter från Sverige
- begränsningar har gjorts språkligt och därav har studien bara tagit med tidningar skrivna på svenska och engelska

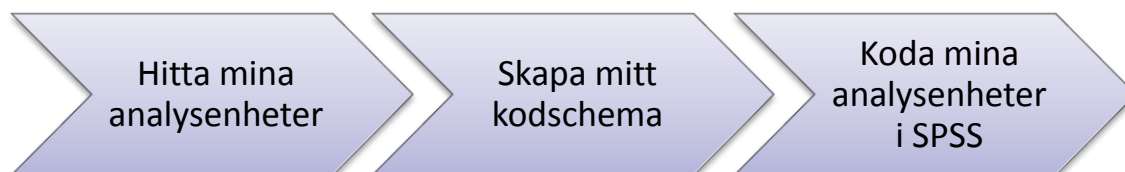
På detta sätt har kartläggningens undersökningsobjekt definierats. Ett totalurval har här eftersträvat där jag velat undersöka alla svenska nättidningar. Detta för att den här studien vill kunna generalisera sina resultat (Esaiasson, o.a. 2007, 178-179,195, Bryman 2002, 101).

Studien kan dock inte svara med säkerhet att den fått med alla svenska nättidningar. Men den kan svara för att den fått med alla nättidningar som också är dagstidning. Studien får alltså här ett totalurval över de svenska nättidningar som också är dagstidning och kan därav uttala sig generaliserande för denna urvalsgrupp däremot stöter den på problem att kunna uttala sig generellt över nättidningar som enbart finns på nätet (Esaiasson, o.a. 2007, 179).

Internet är i ständig omvandling och ett fullödigt register över alla nättidningar finns inte, här skulle studien därav kunnat göra en urvalsbegränsning på enbart nättidningar som också finns som dagstidning. Detta skulle dock utesluta medier som enbart finns på nätet och som inte är tillräckligt stora för att finnas med i branschregister. Dessa är dock betydelsefulla att få med för att helt kunna svara på syftet och vilket gör dem viktiga att försöka täcka in (Esaiasson, o.a. 2007, 51,195-196). Läsarnyheter är ett fenomen som inte begränsar sig enbart till de traditionella tidningarna, tvärtom internationella studier visar på just en öppenhet för läsargenererade nyheter hos medier som startat upp sin verksamhet på nätet (Bruns, Deuze och Neuberger 2007, 5).

Men för att se ifall det finns läsarnyheter på svenska nättidningar behöver även vad som är en läsarnyhetsfunktion definieras. Definitionen på vad en läsarnyhetsfunktion är: om det finns plats på nättidningen där läsarna som privatpersoner inbjuds för att skriva sina egna artiklar. Alltså har funktioner där läsarna enbart får skicka in material såsom åsikter och föreningsnyheter inte räknats såsom läsarnyhetsfunktioner.

Kartläggningen har haft tre steg:



För att ringa in vilka tidningar som finns att tillgå på nätet har tre olika källor använts, statistik från KIA-index<sup>1</sup>, nätportalen tidningsinfo.se<sup>2</sup> översikt över svenska nättidningar och dagspress.se<sup>3</sup> information om svenska tidningar. Genom att använda dessa tre olika källor har så många svenska nättidningar som möjligt<sup>4</sup> hittats.

För att kunna se hur utbrett fenomenet med läsarnyheter är har ett enklare kodschema skapats. Analysenheterna som undersöks blir här de svenska nättidningarna som studien funnit hos de tre olika källorna. Här kan jag se närmare på tidningens egenskaper och ifall den har läsarnyheter. Detta möjliggör att se ifall det uppstår några samband mellan tidningens egenskaper och ifall de har läsarnyheter (Esaiasson, o.a. 2007, 51,54).

Utefter dessa förutsättningar har oberoende variabler skapats såsom tidningens namn, hur många unika besökare dem haft i genomsnitt per vecka under insamlingsperioden(v.18-19) och i fall dem är rikstäckande eller lokala<sup>5</sup>. Här kan studien få indikationer på nättidningens storlek och räckvidd (Esaiasson, o.a. 2007, 54).

Den beroende variabeln blir att se ifall det finns läsarnyhetsfunktioner på nättidningen<sup>6</sup>. Genom den sista variabeln kan jag svara på hur utbrett fenomenet med läsarnyheter är och om det finns samband mellan tidningens egenskaper och tillgång för läsarna till läsarnyhetsfunktioner (Esaiasson, o.a. 2007, 51-55).

Efter att mitt kodschema skapats har en kodning gjorts i dataprogrammet SPSS. Kodningen har gjorts enligt huvudandelsprincipen. De vill säga huvuddelen av vad analysenheten har för egenskap är det som har kodats. Exempelvis har nättidningar med material som har både lokal och riks förankring kodats efter vilket av materialen som har huvudsakligt fokus på tidningen (Esaiasson, o.a. 2007, 234).

---

<sup>1</sup> KIA-index är en bransch kommitté där annonsörer, mediebyråer, medieägare och säljnätverk samverkar för att enas kring konkurrensneutrala branschfrågor där Sveriges Annonsörer har det formella ansvaret. KIA-index är verksam bland annat inom internetannonsering där de tillhandahåller besöksstatistik för sidor på nätet vilka publiceras onsdagar kl 13 med en rapporterar över internet trafik under föregående vecka och bakåt ([www.kiaindex.net](http://www.kiaindex.net) u.d.).

<sup>2</sup> Tidningsinfo.se's är en portal till alla Sveriges tidningar såväl rikstäckande nyhetstidningar som mindre läns och lokaltidningar, veckotidningar, facktidsskrifter med mera. Här kan tidningarna själva registrera sig utan kostnad (tidningsinfo 2003).

<sup>3</sup> Dagspress.se är en webbplats som vill tillhandahålla all information om dagspress och dagstidningar för medieköpare, medieplanerare, projektledare och produktionsledare på reklambyråer och för de som skapar och levererar annonser till dagstidningar. Tjänsten är skapad av TU, branschorganisationen för dagstidningar i Sverige (TU 2009).

<sup>4</sup> Se bilaga1

<sup>5</sup> Se bilaga2(kodschema1 kartläggning)

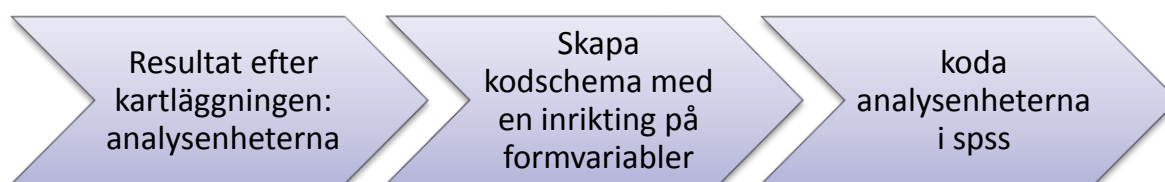
<sup>6</sup> Se bilaga2(kodschema1 kartläggning)

---

### 6.1.2. INNEHÅLLSANALYS AV SVENSKA NÄTTIDNINGAR

---

Efter den enklare kartläggningen av nättidningar och dess tillgång av läsarnyheter har studien fortsatt i en kvantitativ innehållsanalys. Här vill jag se närmare på analysenheten svenska nättidningar som har läsarnyhetsfunktioner. Detta för att se på läsarnyheter som interaktiv funktion på nättidningen. Genom ett sådant förfarande kan frågeställningarna två (hur läsarna bjuds in till att delta och läsa läsarnyheter) och tre (under vilka förutsättningar läsarnyheter sker) besvaras. Innehållsanalysen har fortsatt på de resultat som uppkommit i och med den tidigare kartläggningen vilket gjort att den haft en process i tre steg.



---

#### 6.1.2.1 URVAL OCH BERGÄNSNINGAR

---

Här har analysenheten som ska undersökas definierats utefter den tidigare gjorda definitionen av svenska nättidningar men att den dessutom måste ha en läsarnyhetsfunktion. På så vis kan de undersökningsobjekt studien vill uttala sig om ringas in (Esaïasson, o.a. 2007, 51).

Tre nättidningar som den tidigare kartläggningen funnit som har läsarnyheter har bedömts mindre relevanta för fortsatta studier. Detta på grund av:

Nättidningens karaktär, nättidningsform gör den svår att undersöka.

Läsarnyhetsens upplägg, läsarnyheter har begränsats till att inte handla om nyheter och dessutom till enbart en säsong.

---

#### 6.1.2.2. INNEHÅLLSANALYSENS TILLVÄGAGÅNGSSÄTT

---

Innehållsanalysen har fortsatt på de resultat som uppkommit i den tidigare kartläggningen. Här har de analysenheter som ska undersökas blivit de nättidningar kartläggningen funnit ha läsarnyhetsfunktionen (Esaïasson, o.a. 2007, 51).

Här har fokuset legat på att ringa in hur läsarnyheter presenteras på nättidningen och de riktlinjer läsarna har för att skapa läsarnyheter. Även möjligheten till dialog och betygsättning har undersökts. Detta har gjorts genom att skapa ett kodschema med variabler som beskriver de egenskaper hos läsarnyheter som är studiens fokus<sup>7</sup> (Esaïasson, o.a. 2007, 54).

Genom att skapa beroende och oberoende variabler har studien kunnat se på samband mellan analysenhetens egenskaper. Den här innehållsanalysen riktar in sig på att beskriva läsarnyhetsens form och formmässiga krav för att publiceras på nättidningen. För att fånga detta har kodschemat haft formvariabler såsom: **Var syns läsarnyheter på tidningen?**

---

<sup>7</sup> Se bilaga 3

Denna variabel talar om läsarnyhetsfunktionens placering på tidningen (Esaiasson, o.a. 2007, 54,230).

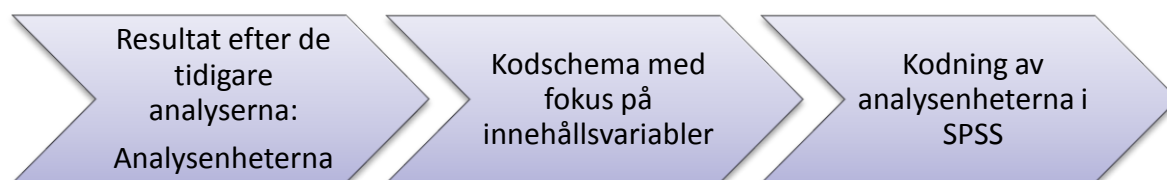
Utefter de variabler mitt kodschema innehållit har en kodning gjorts i dataprogrammet SPSS. Här har jag utgått ifrån huvudandelsprincipen när det funnits svårigheter i kodningen av analysenheterna. Om analysenheten har två uppvisade egenskaper som kan kodas, kodas den egenskapen som har det huvudsakliga fokuset (Esaiasson, o.a. 2007, 234).

---

### 6.1.3. INNEHÅLLSANALYS AV LÄSARNYHETER

---

För att kunna se hur läsarnyheter fungerar har en kvantitativ innehållsanalys av läsarnyheter gjorts på de nättidningar som har läsarnyhetsfunktionen. Detta har möjliggjort att de sista två frågeställningarna kan besvaras. Här har läsarnyheters intensitet och vilka ämnen läsarnyheter berör kunnat ringas in. Studien har byggt vidare på de två tidigare gjorda analyserna. Även denna innehållsanalys har tre steg där det första tar avstamp i de resultat som framkommit tidigare (Esaiasson, o.a. 2007, 227-228).



---

#### 6.1.3.1. URVAL OCH BEGRÄNSNINGAR

---

Här uppstod ett definitionsproblem av analysenheten: läsarnyheter. Då vissa läsarnyhetsfunktioner tillät åsikter och mötesnyheter som just läsarnyheter hade andra tidningar delat upp insändarsida, mötesnyheter och läsarnyheter.

Här finns två olika val i definitionen av läsarnyheter. Antingen göra sin egen definition av vad en läsarnyhet är eller gå efter vad varje nättidning har för definition på läsarnyheter för just deras läsarnyhetsfunktion.

Fördelen med att skapa en egen definition av vad en läsarnyhet är att alla läsarnyheter skulle motsvara varandra. Här skulle begreppet kunna definieras t.ex. efter nyhetsbegreppet, uppfyller läsarnyheter kraven på om det är en nyhet eller inte.

Dock har jag valt det andra sättet att definiera läsarnyheter genom att se på läsarnyheter efter vad de undersökta tidningarna definierar som läsarnyheter. Detta för att syftet är att se på vilket sätt läsarnyheter bidrar till interaktivitet på svenska nättidningar. För att fånga upp interaktiviteten är det den bästa metoden att se på alla de nyheter som enligt tidningarna definieras som läsarnyheter och som inte är skriven av en journalist/redaktör (om personen inte gör det utanför sin yrkesroll) (Esaiasson, o.a. 2007, 227-228).

Här har ett strategiskt urval gjorts. Av praktiska skäl har jag valt att analysera analysenheterna under en begränsad tidsperiod. Detta på grund av studien förutsättningar, tidsramen har inte tillåtit att en längre period kan undersökas då analysenheterna blir för många. Även hur läsarnyheter arkiveras har begränsat min empiriinsamling då en del tidningar inte arkiverar läsarnyheter mer än ett par veckor bakåt. Därav har två veckors läsarnyheter från

de nättidningar som har läsarnyhetsfunktionen analyserats. Insamlings perioden har skett v.18 och v.19 (Esaiaasson, o.a. 2007, 176).

Under v.18 och v.19 har två storhelger ägt rum, dels Valborgsmässafton helgen innan v.18 och dels kristi himmelsfärdshelgen vecka 19. Detta gör att urvalet får en form av kritiska fall under gynnsamma förhållanden. Här är tanken att under dessa veckor kan stor interaktivitet uppstå då mycket händer i människors vardag under storhelger som kan generera läsarnyheter. På så vis borde v.18 och v.19 alstra mycket interaktivitet (Esaiaasson, o.a. 2007, 183).

---

#### 6.1.3.2. INNEHÅLLSANALYSENS TILLVÄGAGÅNGSÄTT

---

Genom en kvantitativ innehållsanalys av läsarnyheter har jag kunna se på vilket innehåll läsarnyheter har och läsarnyheters intensitet i kommunikation och publiceringsgrad. Här har läsarnyheters innehåll varit av intresse där ett kodschema skapats med oberoende och beroende variabler<sup>8</sup>. Detta för att kunna se på egenskapernas samverkan (Esaiaasson, o.a. 2007, 54).

Med ett fokus på innehållsliga variabler har läsarnyheters ämnen, perspektiv och vem det är som skriver läsarnyheter kunnat ringas in. Här har även innehållsliga variabler som fokuserar på vem och hur kommentarfunktionerna interagerar med läsarnyheter kunnat besvaras (Esaiaasson, o.a. 2007, 230).

Läsarnyheterna har kodats efter att vecka 18 och 19 hade passerat för att fånga upp om det uppstod några kommentarer. Genom att låta nyheterna ligga ute ett tag ökar möjligheterna för att andra läsare ska kommentera läsarnyheter. Kodningen är gjord utefter huvudandelsprincipen (Esaiaasson, o.a. 2007, 234).

---

### 6.2. STUDIENS TILLFÖRLITLIGHET

---

Är studiens resultat tillförlitliga? Det här kapitlet kommer gå igenom studiens reliabilitet och validitet.

---

#### 6.2.1 RELIABILITET

---

För att testa studien reliabilitet, de vill säga frånvaron av slumpmässiga och osystematiska fel, har reliabilitetstest gjorts på den enklare kartläggningen och innehållsanalysen som undersöker nättidningar med läsarnyhetsfunktionen. Genom att ha om kodat en mindre del av materialet för att se hur hög procentandel överensstämmer med den tidigare kodningen.

Den enklare kartläggningen hade en överensstämmelse på 100% medan innehållsanalysen som haft nättidningar med läsarnyhetsfunktioner som analysenhet fick 96% överensstämmelse.

---

<sup>8</sup> Se bilaga 4

---

## 6.2.2. VALIDITET

---

Här kommer studiens validitet igenomgås. Undersöker jag det studien avser att undersöka och överrensstämmer min teoretiska definition med mina operationella indikatorer, uppfylls begrepps- och resultatvaliditeten (Esaïasson, o.a. 2007, 63)?

---

### 6.2.2.1. BEGREPPS VALIDITET

---

Mäter jag det jag säger att jag vill mäta?

Mina teoretiska utgångspunkter för att mäta interaktivitet är att se på hur läsaren bjuds in till att delta och kommunicera på nättidningar. Detta är något jag anser att jag lyckats med att operationalisera. Genom att skapa variabler som ringar in hur, vilka möjligheter och vilka krav läsaren har för att kunna delta i läsarnyheter både som publik och skapare kan studien svara på om läsaren får delta i nättidningen genom funktionen med läsarnyheter.

Även variabler har skapats som mäter möjligheten till kommunikation och om det uppstår någon kommunikation för läsaren. Här finns också variabler som ser vilken sorts kommunikation som uppstår, envägs- eller tvåvägskommunikation.

Ett problem finns i min studie och det är att det inte går att veta om alla svenska nättidningar verkligen är med i undersökningen. Här kan jag bara svara för att jag fått med alla de nättidningar som också är dagstidningar. För att överväga detta problem har tre olika källor används för att se vilka svenska nättidningar som finns att tillgå. Därav anser jag att studien uppfyller en god begrepps validitet (Esaïasson, o.a. 2007, 64-65).

---

### 6.2.2.2. RESULTAT VALIDITET

---

Genom att uppnå god begreppsvaliditet och reliabilitet har studien en god resultatvaliditet. De vill säga svarar min studie verkligen på det som ska undersökas. Genom att ha utfört reliabilitets test med gott resultat och operationaliserat mina teoretiska utgångspunkter har en god resultat validitet skapats (Esaïasson, o.a. 2007, 70).



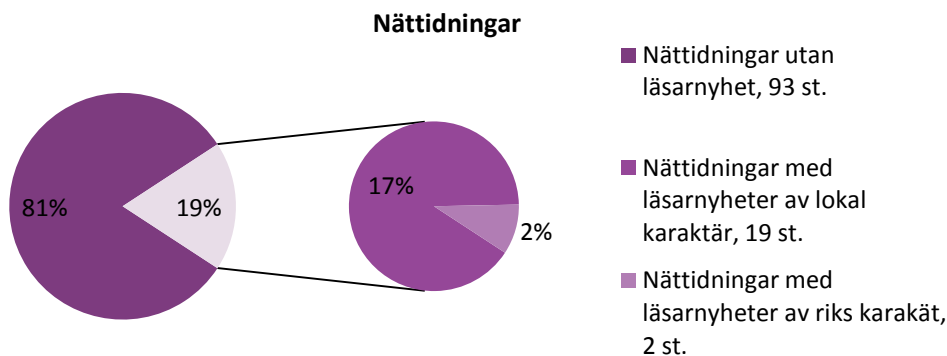
## 7. RESULTAT OCH ANALYS

Kan läsarnyheter bidra till interaktiviteten på läsarnyheter? Här kommer studiens resultat och analys presenteras.

### 7.1. LÄSARNYHETEN-INGET UTBRETT FENOMEN

Läsarnyheter är inte ett utbrett fenomen<sup>9</sup>, särskilt hos nättidningar av riks karaktär. 18,4% av alla undersökta nättidningar har någon form av läsarnyhet. Läsarnyheter är vanligare hos tidningar av lokal karaktär där 19,8% har läsarnyheter medan tidningar av riks karaktär har bara 11% av dem tillgång för läsaren till läsarnyheter(diagram 1). Det finns alltså ett samband mellan läsarnyheter och om tidningen inriktar sig mot ett lokalt sammanhang eller vill nå en rikstäckande publik.

**Diagram 1.1**



Totalt 114 svenska nättidningar<sup>10</sup>. 21 stycken som har av någon form av läsarnyhet. 2 av nättidningar som har läsarnyheter är av riks karaktär och 19 tidningar är av lokal karaktär.

Ett samband finns också mellan tillgången på läsarnyheter och hur många besökare tidningen har. Av de nättidningar som har ett lägre besökarantal, under 100 000 unika besökare per vecka, återfinns 16 av de nättidningar som har läsarnyheter. Bland de tidningar som har mer än 100 000 unika besökare per vecka finns de bara två nättidningar kan erbjuda sina läsare läsarnyheter. De allra största nättidningarna har inte läsarnyheter att tillgå(tabell 1.1).

<sup>9</sup> Se bilaga 5(alla nättidningar med läsarnyheter)

<sup>10</sup> Se bilaga 1(De nättidningar studien funnit)

**Tabell 1.1**

	Antal unika besökare per vecka(antal)											
	Under 10 000		Över 10 000		Över 50 000		Över 100 000		Över 200 000		Över 1000 000	
Nättidning med läsarnyheter	4	5%	4	5%	4	5%	1	1%	1	1%	0	0%
Nättidning utan läsarnyheter	7	10%	25	36%	10	15%	7	10%	3	4%	3	4%

Här har antalet unika besökare per vecka och i fall nättidningen har läsarnyheter ställts mot varandra i en korstabell. Ett visst bortfall finns då inte alla undersökta nättidningars besöksstatistik fanns att tillgå på oberoende medium(KIA-index). Totalt 114 nättidningar undersökta med bortfall på 39,5%.

### 7.1.1. LITEN TILLGÅNG TILL LÄSARNYHETER

För att det ska skapas interaktion på nättidningar krävs att läsaren ska kunna delta (Örnbring 2008, 773-774). Ett sätt att delta kan vara läsarnyhetsfunktionen. Den enklare kartläggningen visar dock att knappt en femtedel(18,4%) kan tillhandahålla en sådan funktion. Detta begränsar läsaren till att kunna interagera och delta med egen producerat material på tidningen.

Kartläggningen visar också att läsaren begränsas i att kunna delta då det främst är mindre nättidningar av lokal karaktär som har läsarnyheter att tillgå. Att kunna nå ut till många och delta i ett nationellt sammanhang försvåras på detta sätt.

Detta skulle kunna förklaras med den ovilja tidigare studier har visat att medier har till på att släppa in publiken. Den rädsla som tidigare framkommit att släppa kontrollen och misstro kvalitén på det läsargenererade materialet kan var en förklaring till att läsarnyheter som funktion inte har större spridning (Chung 2007, 46-47,57, Andersson 2009, 160-161, Bruns, The Active Audience: Transforming journalism from gatekeeping to gatewatching 2008, 173).

Men varför är det då mest mindre tidningar av lokal karaktär som har läsarnyheter som funktion? Interaktiva funktioner ses som ett sätt att skapa ett ökat förtroende för medierna och där läsarna kan bli en resurs. Då mindre tidningar också får färre besökare att konkurrera om kan detta vara konkurrens fördelar som lockar till att satsa på läsarnyheter. Här kan verkligen läsaren hjälpa tidningen genom att bidra med gratis material samtidigt läsaren blir delaktig i tidningen (Bruns, Deuze och Neuberger, Preparing for an age of participatory news 2007, 1,3, Puijk 2008, 29-31, Chung 2007, 44)

## 7.2. HUR FÅR LÄSAREN DELTA OCH UNDER VILKA FÖRUTSÄTTNINGAR

Hur och under vilka förutsättningar får läsarna delta med läsarnyhетен. Frågar läsarnyhetsfunktionen det traditionella **gatekeeping** processen eller är det fortfarande nättidningen och journalisterna som har kontrollen över nättidningens material.

### 7.2.1. ATT HITTA TILL LÄSARNYHETEN

För att hitta läsarnyhетен på nättidningarna krävs ofta en förkunskap om var man som läsare ska hitta dem på nättidningen och hur man ser att en nyhet är skriven av en läsare. Bara en av tidningarna har läsarnyhетен på förstasidan där en ikon talar om för läsaren att den är skriven av en annan läsare.

Vanligast för läsarnyhетен är att den finns på en egen avdelning för läsarnyheter på nättidningen där läsaren hittar den genom att klicka sig vidare från första sidan till en underavdelning.

Fem av nättidningarna har förlagt läsarnyhетен på så vis att läsaren måste klicka sig vidare från första sidan i flera steg för att hitta till artiklar skrivna av läsare. Vanligast är då att läsarnyhетен är insprängd bland andra nyheter där en ikon talar om för läsaren att det är en läsare som skrivit nyheten.

En av nättidningarna har skapat en egen hemsida för läsarnyhетен. För att hitta dit klickar sig läsaren vidare från nättidningens hemsida (tabell 2.1).

**Tabell 2.1**

		Hur syns läsarnyhетен?(antal)					
		Egen hemsida för läsarnyheter		Egen avdelning på nättidningens hemsida		Inne i övrig men under en ikon som talar om att det är en läsarnyhet	
Var kan man hitta läsarnyhетен?	Finns på nättidningens förstasida	0	0%	0	0%	1	5%
	Finns att hitta på en underavdelning	1	5%	11	58%	1	5%
	Finns att hitta på en under underavdelning	0	0%	1	5%	4	21%

En korstabell över hur läsarnyhетен syns på nättidningen och var läsarnyhetererna är placerade. Här kan man se både var man hittar läsarnyhетен och hur det syns att det är en läsarnyhet. Totalt 19 nättidningar med läsarnyheter undersökta.

### 7.2.2. VAD KRÄVS FÖR ATT FÅ DELTA

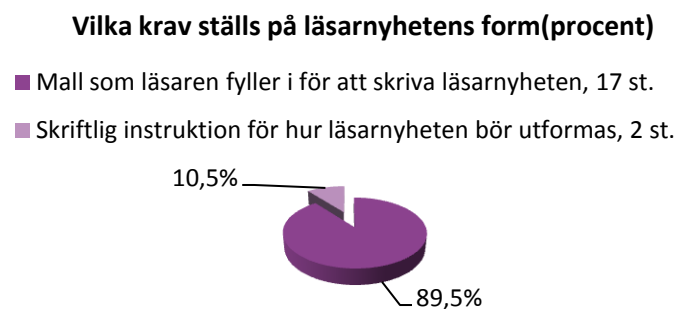
Alla nättidningar ställer krav på läsaren för att få delta med sin läsarnyhet. Det är krav på vilka ämnen och vilken form läsarnyhетен ska ha. Även förbehåller sig många nättidningar rätten att avgöra vilken kvalitet läsarnyhетен bör uppbära för få vara publicerad på nättidningen.

### 7.2.2.1. KRAV PÅ LÄSARNYHETENS FORM

Alla de undersökta nättidningarna ställer krav på vilken form läsarnyheten ska pläga och över hälften av alla nättidningar kräver att läsaren måste kategorisera sina läsarnyheter efter förutbestämda grupper.

89,5% av alla nättidningarna har en fast mall som läsaren måste fylla i när de ska skicka in sin läsarnyhet medan 10,5% av nättidningarna nöjer sig med skriftliga instruktioner för hur läsarnyheten ska se ut(diagram 2.1).

**Diagram 2.1**



Totalt 19 nättidningar med läsarnyheter undersökta.

11 av de undersökta nättidningarna kräver att läsaren måste kategorisera sina läsarnyheter. Detta utefter ämne eller vilket geografiskt område läsarnyheten berör. Bara hos en nättidning är det frivilligt att kategorisera medan sju nättidningar inte har några fastställda kategorier för läsarnyheten(tabell 2.2).

**Tabell 2.2**

Måste läsaren kategorisera sina läsarnyheter?(procent)		
	Procent	Antal
Ja, läsarnyheten måste kategoriseras utefter vilket geografiskt område den handlar om.	42,1%	8
Ja, läsarnyheten måste kategoriseras utefter vilket ämnen den handlar om.	15,8%	3
Nej, det är frivilligt att kategorisera.	5,3%	1
Nej, det finns inga kategorier.	36,8%	7

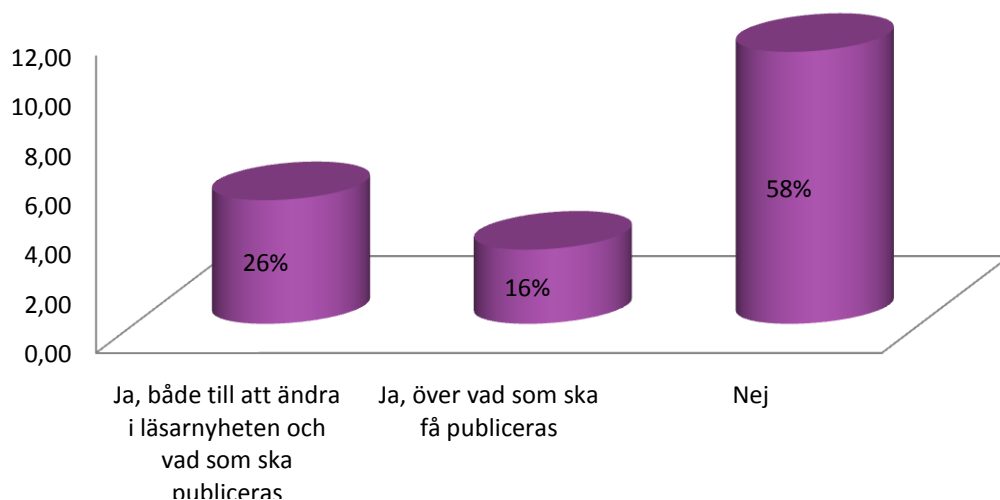
Totalt 19 nättidningar med läsarnyheter undersökta.

### 7.2.2.2. KRAV PÅ LÄSARNYHETENS INNEHÅLL

Det ställs krav från nästan alla nättidningarna på läsarnyhetens innehåll. Bara tre av nättidningarna ställer inget krav alls på läsarnyhetens innehåll. Krav som ställs är vad

Diagram 2.2

■ Förbehåller sig nättidningen rätten att avgöra över innehålllets kvalitet (antal)



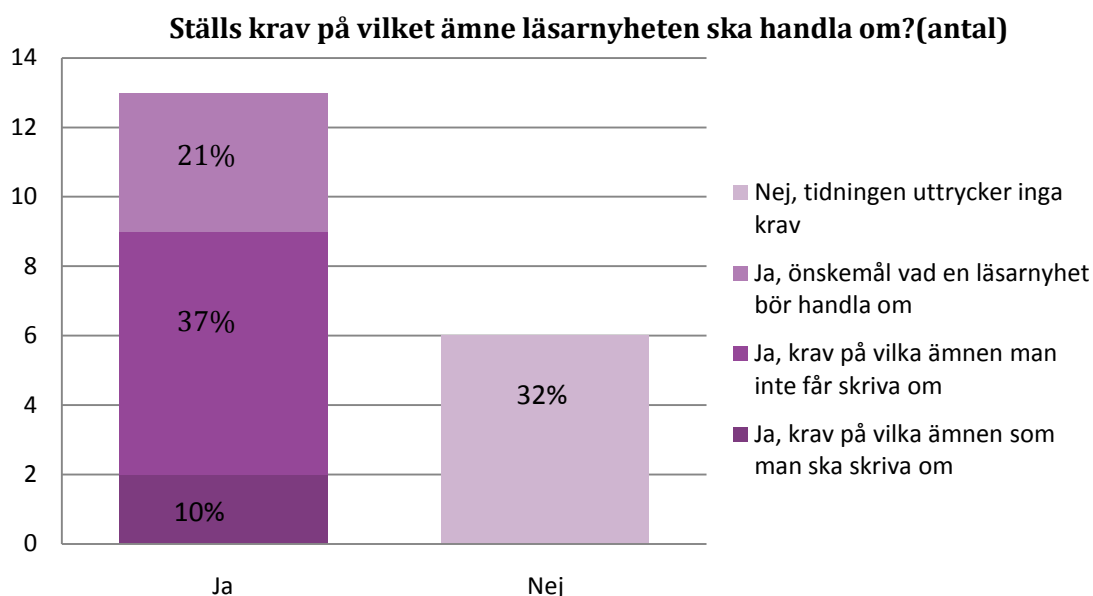
Totalt 19 nättidningar med läsarnyheter undersökta.

läsarnyheter bör handla om, vilka ämnen läsaren inte får skriva om och att nättidningarna förbehåller sig rätten att avgöra över innehålllets kvalitet.

26,3% av alla nättidningarna förbehåller sig rätten att både ändra och bestämma vilka läsarnyheter som ska få publiceras på nättidningen. 15,8% förbehåller sig att bestämma bara över vad som ska få publiceras på nättidningen. Medan dryga hälften, 57,7%, uttrycker inget krav på att avgöra innehålllets kvalitéer(diagram 2.2).

13 av de nättidningar som undersöks ställer krav/önskemål över vilka ämnen läsarnyheter ska behandla. Sex av nättidningarna ställer inga krav på vilka ämnen som läsarnyheter ska beröra(diagram 2.3).

**Diagram 2.3**



Finns det krav på vilka ämnen läsarnyheter ska behandla. Totalt 19 nättidningar med läsarnyheter undersökta.

De ämnen som läsarna inte får ta upp som läsarnyheter kan vara stötande åsikter, de som inte är självupplevt, inte lokalt anknutna eller ämnen som förbjuds på grund av hänvisning till lagar och publicistiska regler från nättidningarna (tabell 2.3).

**Tabell 2.3**

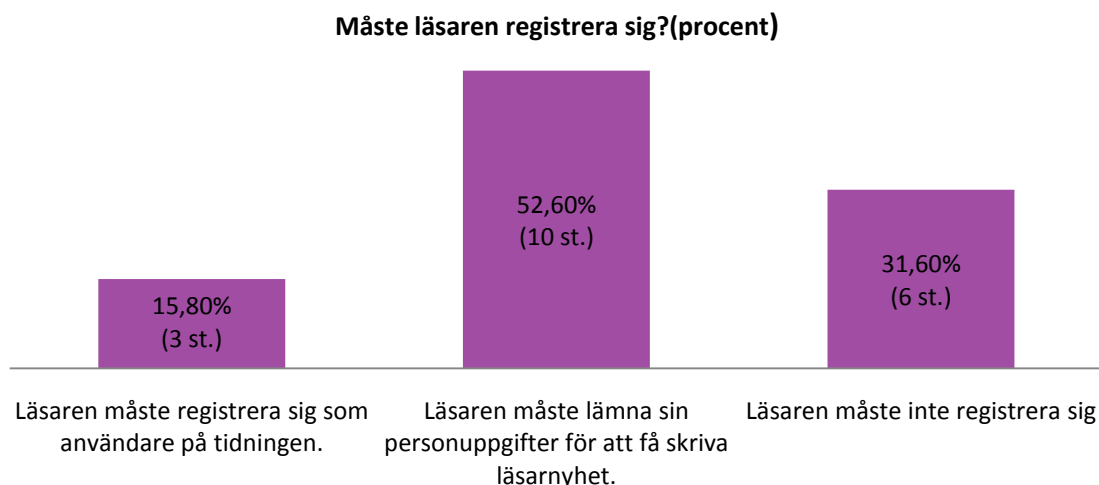
Vilka ämnen får man inte ta upp i läsarnyheter?(procent)		
	Andel nättidningar	Antal nättidningar
Stötande åsikter, till exempel rasistiska åsikter.	26,3%	5
Händelser som ej är självupplevda.	21,1%	4
Händelser som ej har lokal anknytning.	5,3%	1
Ämnen som förbjuds på grund av hänvisning till lagar och publicistiska regler.	15,8%	3
Finns inga uttryckta krav på vad man inte får ta upp.	31,6	6

Vilka ämnen får inte läsarnyheter behandla. Totalt 19 nättidningar med läsarnyheter undersökta.

#### 7.2.2.3. KRAV PÅ LÄSAREN FÖR ATT FÅ DELTA

För att få skriva läsarnyheter kräver 68,4% av alla undersökta nättidningar att läsaren måste lämna sina personuppgifter. Med personuppgifter menas att man som läsare måste lämna ut sitt namn och kontaktuppgifter (hemadress eller/och telefonnummer). Hos 31,6% av de nättidningar som har läsarnyheter kan läsaren skriva läsarnyheter utan att behöva lämna några kontaktuppgifter (diagram 2.4).

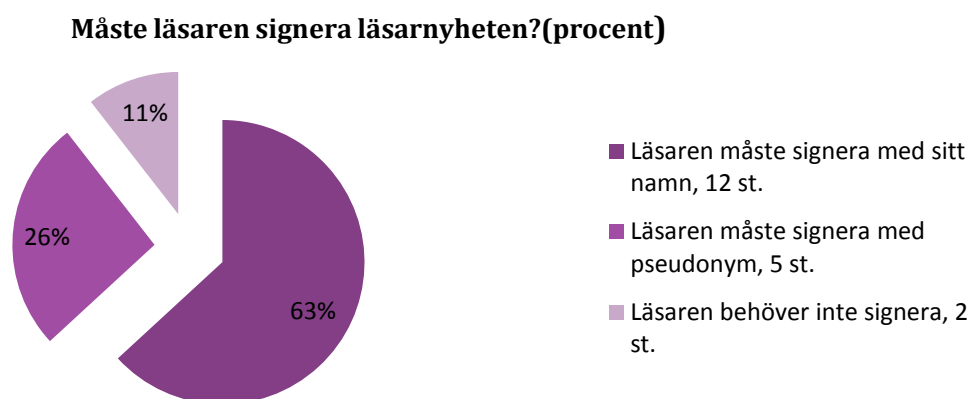
Diagram 2.4



Måste läsaren registrera sig på nättidningen för att få skriva läsarnyhet. Totalt 19 nättidningar undersökta.

12 av de undersökta tidningarna kräver att man som läsare ska signera med sitt namn, bara hos sju av tidningarna kan läsaren vara anonym som författare av läsarnyheten(diagram 2.5).

Diagram 2.5



Måste läsaren signera läsarnyheten. Totalt 19 undersökta nättidningar.

#### 7.2.2.4. LÄSAREN DELTAGARE I BEDÖMNINGEN AV LÄSARNYHETEN

15 av de 19 undersökta nättidningarna inbjuder läsaren till att få betygsätta andra läsaers artiklar. Detta genom att läsaren kan tipsa eller rekommendera nyheter genom att länka artiklar via mail eller sociala forum såsom facebook, twitter, flickr m.m. Vanligast är att läsaren har tillgång till att både tipsa och rekommendera läsarnyheterna. Dock visar det sig att läsarna har ingen möjlighet att betygsätta läsarnyheten på en skala (t.ex. "tummen upp" eller "tummen ner") (tabell 2.4).

**Tabell 2.4**

Finns möjlighet till betygsättning?(antal)	Antal	Procent
Ja, läsaren kan tipsa andra genom mail.	4	21%
Ja, läsaren kan rekommendera andra via sociala forum.	2	11%
Ja, läsaren kan både tipsa och rekommendera andra.	9	47%
Ja, läsaren kan betygsätta läsarnyheter på en skala.	0	0%
Nej, läsaren kan inte betygsätta läsarnyheter.	4	21%

Finns möjlighet att betygsätta läsarnyheter? Totalt 19 undersökta nättidningar.

### 7.2.3. LÄSARNYHETEN – ETT KRAVFYLLT DELTAGANDE

Att delta på nättidningen med läsarnyheter är inte alltid lätt. Ofta krävs en förkunskap för att hitta till läsarnyheter. Läsarnyheter oftast förlagda på en egen avdelning eller insprängda i texten där det krävs av läsaren för att hitta dit att klicka sig vidare i ett eller flera steg från förstasidan på nättidningen. Detta skapar barriärer för läsaren för att kunna delta och för att det ska kunna skapas interaktion på nättidningen. Läsarnyheter blir ingen lättillgänglig funktion att delta i varken som skapare eller som läsare.

Att delta med läsarnyheter är också begränsat. Krav ställs på läsaren utifrån vilka ämnen man ska hålla sig till och vad man inte får skriva. Vilken form läsarnyheter är inskränkt med antingen en förutbestämd mall eller beskrivning hur läsaren bäst ska disponera sin nyhet. Flera nättidningar som har läsarnyhetsfunktioner kontrollerar även läsarnyheters kvalitet genom att bestämma vad som ska få publiceras och att de kan gå in i efterhand och ändra i det inskickade materialet.

För att få delta måste dessutom läsaren oftast både lämna namn och personuppgifter där även krav kan finnas på att man måste registrera medlemskap på tidningen för att få delta. De flesta tidningar kräver också av läsaren måste signera med sitt namn vid nyheten.

Genom att begränsa hur läsarnyheter får ta sig uttryck och läsarens deltagande med läsarnyheter visar nättidningarna en ovilja att släppa kontrollen över innehållet. Både med en misstro mot läsarnyheters kvalitet och läsarens förmåga att skriva läsarnyheter uppvisar nättidningarna på tendenser att inte helt vilja släppa in läsaren i produktionen av innehållet i nättidningen.

Dock visar nättidningarna på en större tolerans mot att läsarna blir en del av bedömningen av läsarnyheter. De flesta nättidningar har funktioner som möjliggör ett



deltagande för läsarna i att betygsätta läsarnyheter. Här fattas emellertid funktioner där läsaren kan gradera läsarnyheter på en skala där bedömningen av läsarnyhetsartiklarna är öppna för alla.

Sammantaget visar resultaten på att läsarnyheter inte helt frångår den traditionella **gatekeeping** processen (Bruns, *The Active Audience: Transforming journalism from gatekeeping to gatewatching* 2008, 176-177). Nättidningen har fortfarande en stark kontroll över vad och vilka som får uttrycka sig på tidningen. Läsarnyheter går mot ett **production** konsumentdeltagande där läsaren till störst del står för materialet, men nättidningen vill inte släppa kontrollen (Örnbring 2008, 773-774).

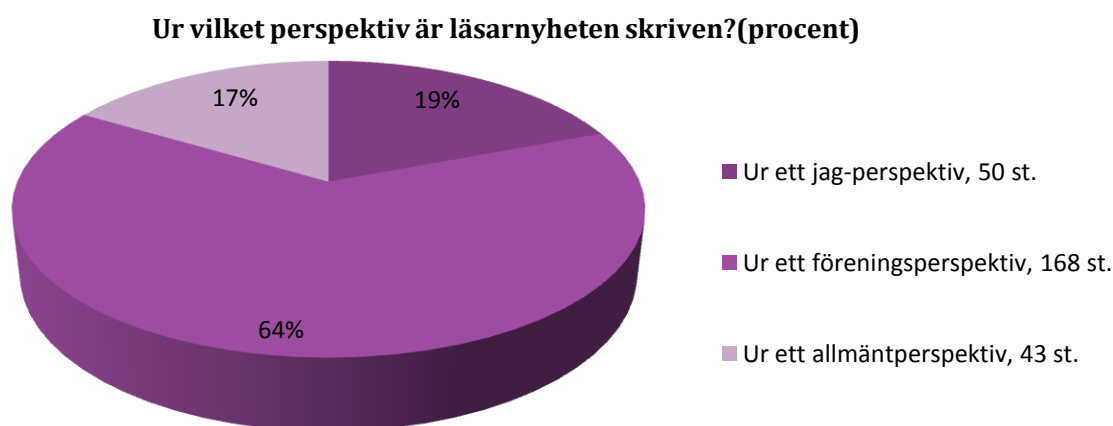
### 7.3. HUR DELTAR LÄSARNA MED LÄSARNYHETEN

Hur deltar läsarna när de skriver läsarnyheter? Vilka är det som skriver läsarnyheter och ur vilket perspektiv? Är läsarnyheter främst en lokal angelägenhet eller får den formen av en nyhet på ett nationellt plan och vilka ämnen tar läsarnyheter upp?

#### 7.3.1. VEM HAR SKRIVIT LÄSARNYHETEN

Läsarnyheterna är oftast skrivna ur förenings/organisationsperspektiv. Med det menas att läsarnyheter är skrivna så den främst berör en förenings eller organisation, t.ex. vinnarna från PRO-xxx senaste tipsrundan. Bara 17% av alla undersökta läsarnyheter har ett allmänt perspektiv med en neutral ton som kan beröra alla. Då är det fler som skriver ur ett jag-perspektiv. 19% av alla läsarnyheter är skrivna ur läsarens eget perspektiv så det främst berör läsare ur den närmaste kretsen (diagram 3.1). Exempel på det kan vara en artikel skriven om när läsaren vandrade i naturen.

Diagram 3.1



Ur vilket perspektiv är läsarnyheter skrivna. Undersök på totalt 261 läsarnyheter på 19 olika nättidningar under perioden v.18-19 år 2010.

Läsarnyheter är oftast skrivna av en privatperson och över hälften av dem är undertecknade med fullständigt namn (tabell 3.1).

**Tabell 3.1**

Vem har skrivit läsarnyheter?(procent)	Procent	Antal
Namn, privat person	62,5%	163
Signatur, privat person	21,8%	57
Förening/organisation	6,9%	18
Ingen signatur	8,8%	23

Vem har skrivit läsarnyheter. Undersök på totalt 261 läsarnyheter på 19 olika nättidningar under perioden v.18-19 år 2010.

### 7.3.2. VAD HANDLAR LÄSARNYHETEN OM

Läsarnyheter har främst en form som riktar sig mot lokalsamhället. 80,1% av alla läsarnyheter är micronyheter och 10% är lokallyheter. Med micronyheter menas en nyhet som riktar sig mot det närlokala samhället. En nyhet som bara berör en ort eller mindre. En lokallyhet är en nyhet som riktar sig mot en kommun. Bara 14 av 261 undersökta läsarnyheter riktade sig mot ett större perspektiv. Dessa var regional eller riksnyheter, ingen av läsarnyhetererna hade en form av en internationellnyhet. De vill säga en nyhet som riktar sig utanför Sveriges gränser. 4,6% av nyheterna var en sådan karaktär att de inte kunde räknas som nyheter. De var då i form av en dikt eller rolig historia. (tabell 3.2)

**Tabell 3.2**

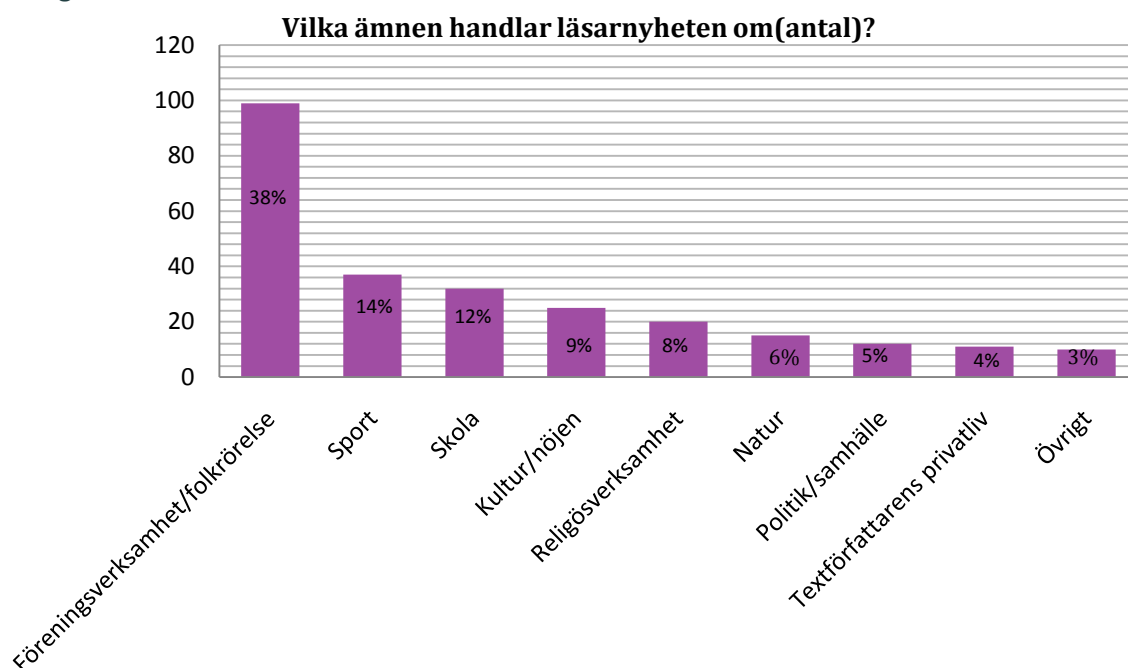
Vilken form har läsarnyheter?(procent)	Procent	Antal
Micronyhet	80,1%	209
Lokallyhet	10%	26
Regionallyhet	4,2%	11
Nationellnyhet	1,1%	3
Internationellnyhet	0%	0
Ingen nyhet	4,6%	12

Vilken form har läsarnyheter? Undersök på totalt 261 läsarnyheter på 19 olika nättidningar under perioden v.18-19 år 2010.

De ämnen som mest togs upp i läsarnyheter var en förenings/folkrörelse händelse. Andra ämnen som var populära att skriva om var om något som hänt inom skola/barnomsorg och

sport. Även nöjen/kultur var något som förekom ofta och religiös verksamhet. Samhälle/politik var ämnen som få läsarnyheter berörde(Diagram 3.2). Över hälften av alla läsarnyheter ha en bild publicerad vid läsarnyheten(Diagram 3.3).

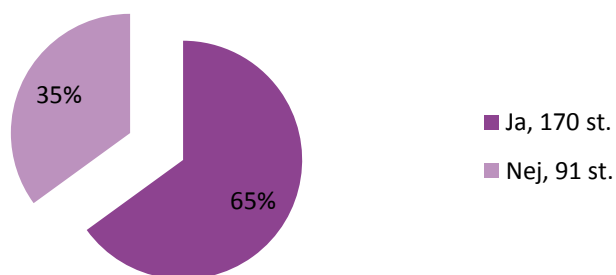
**Diagram 3.2**



Vilka ämnen handlar läsarnyheter om? Undersökt på totalt 261 läsarnyheter på 19 olika nättidningar under perioden v.18-19 år 2010.

**Diagram 3.3**

**Har läsarnyheter bild publicerad?(procent)**



Har läsarnyheter bild publicerad ? Undersökt på totalt 261 läsarnyheter på 19 olika nättidningar under perioden v.18-19 år 2010.

Vilket perspektiv läsarnyheter har och vilket ämne den berör har ett samband. Läsarnyheter som behandlar samhälle/politiska ämnen är främst skrivna ur ett jag-perspektiv och läsarnyheter som tar upp ämnen om skola/barnomsorg, sport och förenings/folkrörelseverksamhet är främst skrivna ur ett förenings/organisations perspektiv. Även ett samband om läsarnyheter berör naturen som främsta ämne i sin läsarnyhet så är det ur ett jag-perspektiv(tabell 3.3).

**Tabell 3.3**

Samband mellan perspektiv och vilka ämnen läsarnyheter handlar om(antal).						
	Jag-perspektiv		Förenings/organisations perspektiv		Allmänt perspektiv	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Natur	14	5%	0	0%	1	0,5%
Textförfattarens privatliv	11	4%	0	0%	0	0%
Samhälle/politik	7	2%	2	1%	3	1%
Kultur/nöjen	7	2%	8	3%	10	3%
Förenings/folkrörelse	0	0%	87	31%	12	5%
Sport	3	1%	30	11%	4	1,5%
Skola	2	1%	25	9%	5	2%
Religiös verksamhet	1	0,5%	16	6%	3	1%
Övrigt	5	2%	0	0%	5	2%

Korstabell mellan vilka ämnen läsarnyheter handlar om och vilket perspektiv den är skriven ur. Undersökt på totalt 261 läsarnyheter på 19 olika nättidningar under perioden v.18-19 år 2010.

### 7.3.3. LÄSARNYHETEN – NYHETER UR DET LILLA PERSPEKTIVET

När läsaren får delta med sina egna nyheter är det ur det lilla perspektivet. Det är händelserna i det lokala sammanhanget som behandlas. Främst är det privatpersoner som skriver micro eller lokálnyheter som rör det lilla samhället. De ämnen som läsarnyheter i första hand handlar om är förenings och folkrörelse verksamhet. Andra ämnen som det också skrivs mycket är sport och skola/barnomsorg.

Läsarnyheter blir här ett sätt att informera det lokala samhället vad som händer. Den skrivs ur en förenings och organisations perspektiv om de händelser som hänt i föreningen eller verksamheten. Främst är det då ämnen som skola/barnomsorg, sport, religiös verksamhet och förenings/folkrörelse verksamhet som då behandlas.

I läsarnyheter deltar läsaren som en lokal informatör men då i det lilla privata rummet. Det är vad som rör läsarens vardag som informeras. Läsarnyheter lyfts sällan upp för att behandla samhällsfrågor och opinionsfrågor där det blir främst det privata rummet som läsaren skriver om ur den lokala föreningsperspektiv (Örnbring 2008, 775).

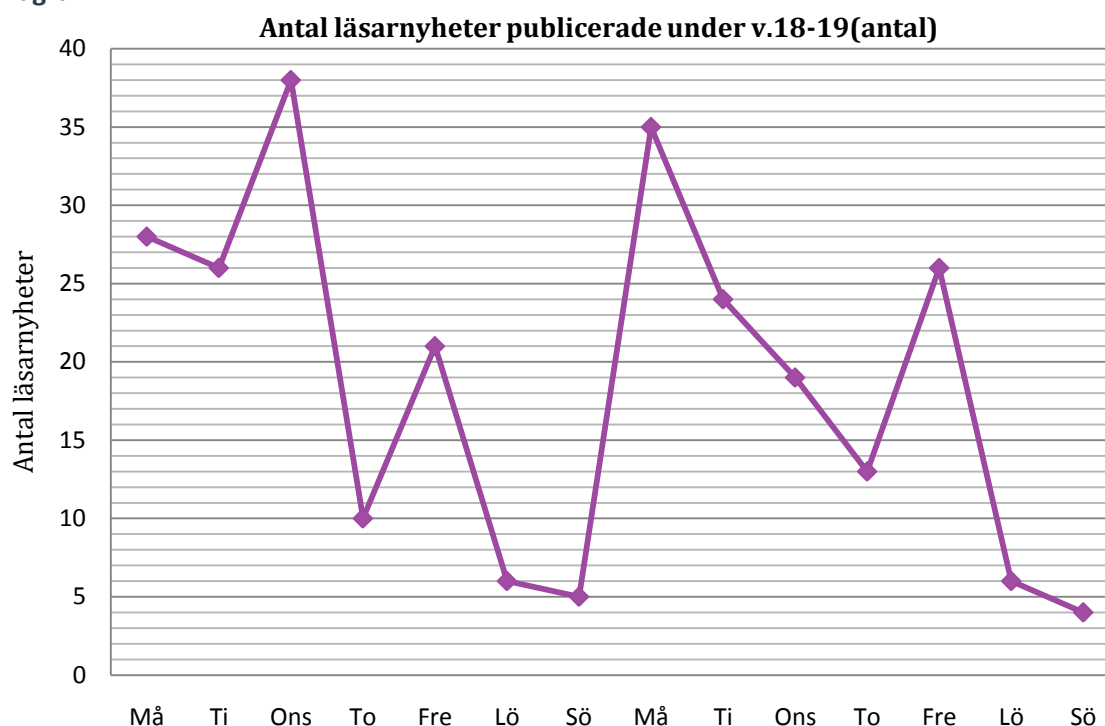
## 7.4. HUR AKTIVA ÄR LÄSARNA

Läsarna som en aktiv del på nättidningen och som kommunikatörer. Hur aktiva är läsarna som skribenter och uppstår det någon kommunikation.

### 7.4.1. LÄSARNA SOM SKRIBENT PÅ NÄTTIDNINGEN

Läsarna är som mest aktiva på vardagarna med att publicera läsarnyheter och intensiteten sjunker på helgerna (diagram 4.1).

Diagram 4.1



Antal läsarnyheter publicerade under v.18-19 2010 på de 19 nättidningarna.

De finns en stor skillnad mellan hur ofta läsarnyheter publiceras utifrån vilken nättidning det är<sup>11</sup>.

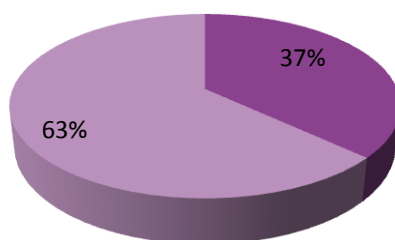
<sup>11</sup> Se Bilaga 6

Av nättidningarna som har tillgång till läsarnyheter är de sju som har kommentarfunktion vid sina läsarnyheter. 12 har inte tillgång för läsarna till att kommentera vid läsarnyheter (diagram 4.2). En kommentarfunktion tillåter andra läsare att kommentera artikeln.

**Diagram 4.2**

### Har läsarnyhetsfunktionen tillgång till kommentarfunktion?(procent)

■ Har kommentarfunktion, 7 st. ■ Har inte kommentarfunktion, 12 st.



Har läsarnyhetsfunktionen tillgång till kommentarfunktion på nättidningarna? Totalt 19 undersökta nättidningar.

Av de 261 läsarnyheter som analyserats är det 59% som har kommentarfunktion kopplad till nyheten. 41% av de undersökta läsarnyhetererna har inte läsarna tillgång att kommentera läsarnyheten.

Av de 154 läsarnyheter är de fyra som har fått kommentar. De fyra läsarnyheter som fått kommentar har fått en kommentar var (tabell 4.2).

**Tabell 4.2**

Antal kommentarer	Läsarnyheter med kommentarfunktion	
	Antal	Procent
0	150	97%
1	4	3%

Korstabell mellan antalet kommentarer och tillgången till läsarnyhet.  
Totalt 154 läsarnyheter med kommentarfunktion publicerad v.18-19 på 19 nättidningar.

De fyra kommentarerna betygsätter två läsarnyheten medan de andra två svarar texten (Tabell 4.3).

**Tabell 4.3**

Hur förhåller sig kommentarerna till läsarnyheter	Antal kommentarer
Betygsätter läsarnyheter texten	2 (50%)
Svarar kommentarerna texten	2 (50%)

Hur förhåller sig kommentarerna till läsarnyheter. Totalt 4 kommentarer på 154 läsarnyheter med kommentarfunktion publicerad v.18-19 på 19 nättidningar.

#### 7.4.3. LÄSARNA AKTIVA SKRIBENTER MEN INTE KOMMUNIKATÖRER

Läsarna är aktiva på att delta med sina egna texter men det finns en stor skillnad mellan de undersökta nättidningarna. Allehanda.se stod själv för nästan hälften av alla de genererade läsarnyheter. Medan fem av de tidningar som ingått i undersökningen inte haft några läsarnyheter alls under den två veckor långa insamlingsperioden.

Den här skillnaden skulle kunna förstås utifrån det faktum att för att en ny interaktiv funktion ska fungera krävs att alla faktorer ska som ingår i den teknologiska processen för att implementera en ny funktion ska vara mottagliga. Läsarna måste här vilja den här funktionen och nättidningen måste våga släppa in och anamma den nya funktionen (Domingo 2008, 22-24, Quandt 2008, 77-78).

Här skulle de kunna vara båda dessa faktorer som inte fungerar. Läsarna kanske inte är beredda och som de tidigare resultaten visat är nättidningarna inte beredda att släppa kontrollen.

Men trots att läsarna i många fall är aktiva skribenter sker nästan ingen tvåvägskommunikation. Över hälften av alla läsarnyheter har tillgång till kommentarfunktioner men under insamling perioden har dessa bara genererat fyra kommentarer. Varav bara två kan ses som försök till dialog.

Detta gör att läsarnyhetsfunktionen skulle kunna vara en interaktiv funktion som har **human interactivity** men i nuläget fungerar den bara som **medium interactivity** (Chung 2007, 45,50).

## 8. SLUTDISKUSSION

---

Bidrar läsarnyheter till interaktiviteten på nättidningen? Läsarnyheter visar upp stor potential att kunna skapa en delaktighet i den sekundära socialisation genom att skapa interaktion på nättidningar men når inte ända fram. Varken medierna eller läsarna verkar vara beredda på den nya funktionen läsarnyheter. De viktiga faktorerna för att kunna skapa interaktivitet är att skapa delaktighet och kommunikation.

### 8.1. LÄSARNYHETEN EN KONTROLLERAD DELAKTIGHET

---

Läsarnyheter frångår inte den traditionella **gatekeeping** modellen. Läsarnyheter fungerar under ett redaktionellt filter där nättidningarna kontrollerar läsarnyheters form, innehåll, kvalitet och läsaren som aktör. På detta sätt kontrollerar nättidningarna vilket material som är önskvärdt att skriva om, vad som kommer att publiceras och responsen då de flesta nättidningarna inte tillåter kommentarer vid läsarnyheter (Chung 2007, 45).

Det skapas dock en hög form av delaktighet utifrån ett konsumentdeltagande perspektiv. Läsarna för själva bidra med eget material på tidningen och blir på så sätt delaktig i nättidningens innehåll. På detta sätt blir läsarnyheter som interaktiv funktion det som kallas **production** där läsaren för en stor medverkan genom att bidra med sina egna nyheter (Örnbring 2008, 773-774).

Detta skapar en delaktighet under kontrollerade former för läsarna. De släpps in som producenter men blir inte jämställda deltagare. Läsarnyheter stoppas in under tydliga avdelningar så att det inte ska misstas för redaktionellt material. Bara en av de nättidningar som har läsarnyheter hade läsarnyheter att tillgå på första sidan. Nättidningarna verkar på detta sätt generade över läsarnyheter vilket gör att det i många fall gräver förkunskap för att hitta läsarnyheter för att läsa eller delta. Här lyser den rädsla för att släppa kontrollen och misstron över läsarna som skribenter igenom som tidigare studier funnit från nyhetsproducenterna (Chung 2007, 51,56).

Knappt 20% av alla nättidningar har läsarnyheter att tillgå på och dessa tidningar har svårt att släppa kontrollen. Här får de tidningar som införlivat läsarnyheter som interaktiv funktionen karaktären av **Cautious traditionalists** då de vill skapa ökad delaktighet men samtidigt misstror läsarnas förmåga som medproducent (Chung 2007, 52).

### 8.2. LÄSARNYHETEN EN ENVÄGSKOMMUNIKATION

---

Läsarnyheter fungerar främst som envägskommunikation där läsaren får kommunicera genom ett medium. Antingen genom att skicka in sin läsarnyhet utan att få ett kommunikativt utbyte. Eller som läsare då funktionen främst syftar till att läsas.

De finns dålig tillgång på nättidningarna till kommentarfunktioner i relation till läsarnyheter och trots att mer än hälften av läsarnyheter som undersöktes hade kommentarfunktion fanns det bara fyra kommentarer till förfogande. Den dialog som därav skulle kunna skapas utvecklar alltså inte.

Många av läsarnyhetererna hade dock tillgång till betygsfunktioner där läsarna kan interagera med läsarnyheter genom att tipsa via mail eller sociala medier. Denna



kommunikation blir att förflyttas utanför läsarnyheter och nättidningen. Författaren blir inte delaktig i denna kommunikation och den kommunikation som kan ske sker på ett annat forum än nättidningen. Läsarnyheter skapar därför dålig kommunikation på nättidningen.

### 8.3. BIDRAR LÄSARNYHETEN MED INTERAKTION PÅ NÄTTIDNINGEN

---

Läsarnyheter fungerar dåligt som interaktiv funktion på nättidningar. För att skapa interaktion krävs en delaktighet i mötet och att det ska uppstå en tvåvägskommunikation. Delaktigheten som läsarnyheter skapar för läsaren är begränsad och kontrollerad från nättidningarna där läsaren blir delaktig men också misstrodd.

Funktionen fungerar främst som envägskommunikation även då det finns tillfälle för läsaren att kunna skapa tvåvägskommunikation. Detta skulle kunna visa på att läsaren och publiken inte än är helt mottaglig för läsarnyhetsfunktionen.

Läsarnyheter kommer långt ifrån mötet ansikte-mot-ansikte, här blir det mer än traditionell masskommunikation med bara en annorlunda avsändare, läsaren. Läsaren blir mer delaktig genom läsarnyheter men kontrollen ligger fortfarande kvar hos nättidningarna. Därav blir läsarnyheter en svag ny röst att påverka i den sekundära socialisationen.

Både läsarna och nättidningarna verkar inte än helt beredda att införliva läsarnyheter som en interaktiv funktion. Däremot har läsarnyheter visat på egenskaper att kunna fungera som ett lokalt informationsforum där alla kan meddela om händelser i det lilla perspektivet. Det som bara berör närsamhället, det lokala förenings och organisationslivet och annan lokal verksamhet. De verkar vara den lokala prägeln som genererar läsarnyheter både då det är främst lokaltidningar som har funktionen och att läsarnyheter i första hand skrivs som nyheter från det närlokala perspektivet. Här skulle läsarnyheter kunna bli en verklig resurs för lokaltidningen. Detta är ju inget nytt, i början på 1900-talet fram till dess mitt använde sig lokaltidningar ofta av lokala nyhetsförmedlare som inte var professionella journalister. Läsarnyheter verkar vara en återgång till den lokala radskrivaren. En form av lokal **citizens journalism** (Bruns, Deuze och Neuberger, *Preparing for an age of participatory news* 2007, 1,3).

Främst två tidningar visar på en lyckad satsning på läsarnyheter. Hd.se och Allehanda.se. Detta är något som skulle vara värt att studera. Varför lyckas just de här tidningarna? Vad gör de som de andra nättidningarna inte gör? Varför är läsarna här mer aktiva som läsareportrar och varför väljer vissa att skriva läsarnyheter?

## 9. KÄLLFÖRTECKNING

---

### 9.1. OTRYCKTA

---

Sköldqvist, Nina. "Hd.se." *Vi satsar på våra läsare*. den 22 Juni 2009.

<http://hd.se/lasarnas/2009/06/21/laesarnyheter/> (använd den 14 Maj 2010).

tidningsinfo. *www.tidningsinfo.se*. 2003. <http://www.tidningsinfo.se/index2.php> (använd Maj 2010).

TU. *www.dagspress.se*. den 02 december 2009. <http://www.dagspress.se/om-oss> (använd Maj 2010).

*www.kiaindex.net*. <http://www.kiaindex.net/pages/om-kia-index> (använd den 9 Maj 2010)

### 9.2. TRYCKTA

---

Andersson, Ulrika. *Journalisten och deras publik*. Göteborgs : JMG, 2009.

Berger, Peter L, och Thomas Luckmann. *Kunskapssociologi; Hur individen uppfattar och formar sin sociala verklighet*. 2:a. Wahlström och Widstrand, 1966.

Bruns, Axel. "The Active Audience: Transforming journalism from gatekeeping to gatewatching." i *Making online news*, av David Domingo och Chris Paterson, 171-184. New York: Peter Lang Publishing, 2008.

Bruns, Axel, Mark Deuze, och Christoph Neuberger. "Preparing for an age of participatory news." *Journalism Practice*, den 29 Mars 2007: 322 - 338 .

Bryman, Alan. *Samhällsvetenskapliga metoder*. 1:3. Malmö: Liber AB, 2002.

Chung, Deborah Soun. "Profits and perils: Online News Producers`Perception of Interactivity and Uses." *Convergence*, 2007: 43-61.

Danielsson, Hanna, och Sofia Widén. *Behörighet saknas – Tillträde förbjudet. : En studie om medborgarskribentens påverkan på journalistiken*. Kandidat-uppsats, Linköping: Linköpings universitet/Institutionen för studier av samhällsutveckling och kultur, 2007.

Djerf-Pierre, Monika. "Managment i en komplex medie värld." i *Ledarskap i framgångsrika tidningsföretag*, av Monika Djerf-Pierre och Lennart Weibull, 361-467. Göteborg: JMG, 2009.

Djerf-Pierre, Monika, och Lennart Weibull. *Ledarskap i framgångsrika tidningaföretag*. Göteborg: JMG, 2009.

Domingo, David. "Inventing online journalism: a constructivist approach to the development of online news." i *Making online news: the ethnography of new media production*, av David Domingo och Chris Paterson, 15-28. New York: Peter Lang publishing, 2008.

Esaiasson, Peter, Mikael Gilljam, Henrik Oscarsson, och Lena Wängnerud. *Metodpraktikan*. 3:e. Stockholm: Norstedts Juridik, 2007.

Gauntlett, David. *Media, Gender and Identity*. Abingdon: Routledge, 2008.

Hedman, Ulrika. *Läsarmedverkan: Lönande logiskt lockbete; nättidningarnas användarskapande innehåll ur ett redaktionellt ledningsperspektiv*. arbetsrapport, Göteborg: Göteborgs universitet, 2009.

Johansson, Thomas, och Fredrik Miegel. *Kultursociologi*. 2:a. Studentlitteratur, 2002.

Lundell, Patrik. *Pressen i provinsen*. Lund: Nordic Academic Press, 2002.

Odén, Tomas A. "Ägarfamiljer i en partipolitisk tid." i *Ledarskap i framgångsrika tidningsföretag*, av Monika Djerf-Pierre och Lennart Weibull, 113-230. Göteborg: JMG, 2009.

Ohlsson, Jonas. "De första tidningsledarna." i *Ledarskap i framgångsrika tidningsföretag*, av Monica Djerf-Pierre och Lennart Weibull, 43-100. Göteborg: JMG, 2009.

Puijk, Roel. "Ethnographic Media Production Research in a Digital Environment." i *Making online news*, av David Domingo och Chris Paterson, 29-40. New York: Peter Lang Publishing, 2008.

Quandt, Thorsten. "News turning and content management." i *Making online news*, av David Doming och Chris Paterson, 77-98. New York: Peter Lang Publishing, 2008.

Sköldqvist, Nina. "Hd.se." *Vi satsar på våra läsare*. den 22 Juni 2009.

Stål, Margareta. *Tore G. Wärenstam - människan, makten och myterna*. Borås: Borås Tidning, 2008.

Sundkvist, Sofia, och Andreas Johansson. *Bloggens Nyheter : En diskursanalys om mediernas nya utmanare*. Kandidat-uppsats, Linköping: Linköpings universitet/Institutionen för studier av samhällsutveckling och kultur, 2008.

Weibull, Lennart. "Ifrågasatt ledarskap." i *Ledarskap i framgångsrika tidningsföretag*, av Monika Djerf-Pierre och Lennart Weibull, 241-342. Göteborg: JMG, 2009.

Örnbring, Henrik. "The consumer as producer." *Journalism studies*, 2008: 771-785.

---

KODSCHEMA 2: INNEHÅLLSANALYS AV SVENSKA NÄTTIDNINGAR SOM HAR  
LÄSARNYHETER

---

Analysenheter – Svenska tidningar på nätet som har läsarnyheter.

Variabler:

**V1 Tidningens namn:**

**V2 Hur många unika webbläsare har tidningen per vecka då undersökningen gjorts, v18-19 2010:**

**V3 Tidningstyp:**

- 1, rikstäckande (med rikstäckande menas tidning med huvudsakligt fokus på nyheter med beröring på hela Sverige)
- 2, lokal (med lokal tidning menas tidning med huvudsakligt fokus på nyheter som rör tidningens geografiska närregion)

**V4 Hur finns läsarnyheter i nättidningen:**

- 1, egen portal för läsarnyheter (med portal menas egen hemsida länkad från tidningens portal)
- 2, egen avdelning på nättidningens portal (med avdelning menas en underavdelning på nättidningens portal)
- 3, inne i övrig text men under en "läsarnyhet" ikon (med ikon menas en särskild rubrik som talar om att nyheten är skapad av läsare)
- 4, inne i texten (med inne i texten menas att läsarnyheter inte särskiljs från övriga nyheter)

**V5 Var syns läsarnyheter på tidningen:**

- 1, Finns på första sidan (Läsaren hittar till läsarnyheter på tidningens förstasida)
- 2, Finns att hitta vid underavdelning (Läsaren måste klicka sig ett steg vidare från förstasidan till underavdelning för att hitta läsarnyheter)
- 3, Finns att hitta vid under underavdelning på tidningen (Läsaren måste klicka sig vidare flera steg från förstasidan för att hitta läsarnyheter)
- 4, Finns inte att hitta (Läsaren måste ha förkunskap för att veta om var man kan hitta läsarnyheter)

**V6 Finns det krav från tidningen på vilken form läsarnyheter ska ha** (med krav på form menas t.ex. särskilt antal tecken, rubriksättning):

- 1, Ja, finns en fast mall på sidan som läsaren fyller i (rutor som läsaren fyller i uppdelade i t.ex. för rubrik, ingress och text).
- 2, Ja, finns en skriftlig beskrivning hur texten bäst ska utformas (t.ex. en skrivskola, maxgräns för hur många tecken läsarnyheter får innehålla, beskrivning hur rubriker och text ska bäst utformas).
- 3, Nej, finns inga uttryckta krav

**V7 Finns det krav på innehållets kvalité** (här ser man på om tidningen förbehåller sig rätten att avgöra vad som ska få platsa i tidningen):

- 1, Ja, tidningen förbehåller sig rätten att ändra i läsarnyheter och vilka läsarnyheter som får publiceras.
- 2, Ja, tidningen förbehåller sig rätten till vad som ska publiceras.
- 3, Ja, tidningen förbehåller sig rätten att ändra i läsarnyheter.
- 4, Nej, finns inget uttryckt krav på vad som kommer publiceras.

**V8 Finns det krav på vilket ämne som läsarnyheter ska handla om** (Uttrycker tidningen krav eller önskemål på vilka ämnen som läsarnyheter får beröra och ta upp i läsarnyheter):

1, Ja, tidningen uttrycker krav på vilka ämnen som läsarnyheten får skriva om.

2, Ja, tidningen uttrycker krav på vilka ämnen läsarnyheten inte får ta upp.

3, Ja, tidningen uttrycker önskemål vad en läsarnyhet bör handla om.

2, Nej, tidningen uttrycker inga krav.

**V9 Vilka ämnen får läsarnyheten inte ta upp.**

1, Stötande åsikter(exempel rasistiska, nazistiska osv.)

2, Händelser som inte är självupplevda(läsarnyheten får ej ta upp händelser som inte skribenten varit med om)

3, Händelser som inte är lokalt anknutna (läsarnyheten får ej ta upp händelser utanför tidningens geografiska perspektiv)

4, Saker som ej får skrivas om pga hänvisning till lagar och publicistiska regler

5, finns inte uttryckt av tidningen något krav på vilka ämnen läsarnyheten får, eller inte får beröra.

**V10 Måste läsaren kategorisera läsarnyheten**(Måste läsaren kategorisera artikeln för att den ska publiceras)

1, Ja, läsaren måste kategorisera läsarnyheten efter vilken ort den handlar om.

2, Ja, läsaren måste kategorisera vilket ämne läsarnyheten handlar om.

3, Ja, läsaren måste kategorisera vilket ämne och ort det handlar om.

4, De är frivilligt att kategorisera.

5, inga kategorier(behöver inte kategorisera när man publicerar artikeln).

**V11 Finns möjlighet till betygsättning**(kan andra läsare uttrycka sitt omdöme för läsarnyheten genom rekommendationsfunktioner eller betygsättningsfunktioner)

1, Ja, läsarnyheten kan betygsättas på en skala som är synlig för andra besökare.

2, Ja, läsare kan tipsa andra till läsarnyheten via mail.

3, Ja, läsarna kan rekommendera läsarnyheten till andra genom sociala forum. (med sociala forum menas facebook, twitter osv.)

4, Ja, läsarna kan tipsa och rekommendera läsarnyheten genom mail och sociala forum. (med sociala forum menas facebook, twitter osv.)

5, Läsarna kan inte betygsätta.

**V12 Finns det kommentarfunktion i anknytning till läsarnyheter**(kan andra läsare kommentera på läsarnyheter):

1, Ja

2, Nej

**V13 Krävs det att man registrerar sig**(behöver man som skribent för läsarnyheter registrera sig i form av användare på tidningen)

1, Måste registrera sig på användarsida med sina personuppgifter(med personuppgifter menas namn, kontaktuppgifter i form av telefon eller adress)

2, Måste vara prenumerant på tidningen (måste uppge prenumerationsnummer eller liknande för att skriva läsarnyhet)

3, Måste registrera sig på användarsida men behöver inte lämna sina personuppgifter(behöver bara användarnamn och lösenord med mail som kontaktuppgift)

4, Ej registrering men måste lämna sina personuppgifter för att skriva läsarnyhet.

5, Finns inga krav på registrering

**V14 Måste läsaren signera med sitt eget namn eller med signatur:**

1, Måste signera med sitt eget namn

2, Måste signera med valfri pseudonym

3, Behöver ej signera

**V15 Hur många läsarnyheter är publicerade under vecka v.18-19 på tidningen:**

**V16 Vilka riktar läsarnyheter sig till:**

- 1, Hela tidningen (läsarnyheterna är inte kategoriserade efter område på tidningen)
- 2, Fördelat på vilka områden som tidningen täcker (läsarnyheterna är kategoriserade på alla de områden/orter tidningen vill täcka)
- 3, Fördelat på enbart någon/några av de områden tidningen täcker (läsarnyheterna är kategoriserade på bara ett fåtal eller enbart ett område/ort som tidningen vill täcka)

---

KODSCHEMA 3: KVANTITATIV INNEHÅLLSANALYS AV LÄSARNYHETER PÅ SVENSKA  
NÄTTIDNINGAR

---

Analysenheter: Läsarnyheter på svenska nättidningar som har läsarnyhetsfunktion

**V1 Tidningens namn:**

**V2 Datum då läsarnyheten är publicerad:**

**V3 Hur många unika webbläsare har tidningen läsarnyheten ligger på v18-19 2010:**

**V4 Vem har skrivit läsarnyheten:**

- 1, Namn, privat person (både för och efternamn)
- 2, Signatur, privat person (alias eller enbart för eller efternamn namn)
- 3, förening/församling
- 4, Ingen signatur

**V4a Vem har skrivit läsarnyheten:**

**V5 Vilken form har läsarnyheten:**

- 1, Micronyhet (med micronyhet menas nyhet som berör enbart en ort eller mindre)
- 2, Lokalnyhet (Med lokalnyhet menas nyhet som rör enbart en kommun)
- 3, Regionalnyhet (Med regionalnyhet menas nyhet som rör mer än bara en kommun)
- 4, Nationellnyhet (Med nationell nyhet menas att det rör större delen av Sverige)
- 5, Internationellnyhet (Med internationellnyhet menas att det är en nyhet som har berör på fler länder än Sverige eller annat land än Sverige, ett internationellt perspektiv)
- 6, Ej nyhet (står på nyheten att det rör sig om dikt, kåseri, efterlysning eller skönlitterär text)

**V6 Vilket ämne behandlar läsarnyheten:**

- 1, Kultur/Nöjen (artikeln handlar i huvudsak om kultur händelser, konsert, utställning, tv-program osv.)
- 2, Textförfattarens privatliv (artikeln handlar i huvudsak om händelse ur textförfattarens privat/familjeliv)
- 3, Politik, samhället (artikeln handlar i huvudsak om politiska och samhälls händelser/frågor)
- 4, Natur (Artikeln handlar i huvudsak om naturen)
- 5 Sport (Artikeln handlar i huvudsak om sport evenemang, händelse)
- 6 Föreningsverksamhet/Folkrörelse (Artikeln handlar i huvudsak om förenings/folkrörelseevenemang eller händelse)
- 7 Religiösverksamhet (Artikeln handlar i huvudsak om någon form av religiös händelse, evenemang)
- 8, Bildtext (texten är främst till för att beskriva bilden)
- 9, Övrigt
- 10, Skola, fritids, dagis, förskola

**V7 Ur vilket perspektiv är läsarnyheten:**

- 1, textförfattarens eget (ett jag/vi perspektiv som privatpersoner, "det här hände mig/oss")
- 2, Förening/församling/skola (från ett föreningsperspektiv, "detta har föreningen.. gjort")
- 3, Allmänt perspektiv (ett större ((makro))perspektiv som innefattar många, en mer neutral ton)

**V8 Finns det bild publicerad vid texten:**

- 1, Ja
- 2, Nej

**V9 Finns det kommentarfunktion vid läsarnyheten:**

- 1, Ja
- 2, Nej

**V10 Hur många kommentarer finns det:**

**V11 Svarar och kommenterar kommentarerna varandra:**

- 1, ja
- 2, nej
- 3, finns inga kommentarer

**V12 Hur förhåller sig kommentarerna till texten:**

- 1, Betygsätter texten(säger att den är bra eller dålig)
- 2, Rättar det textförfattaren har skrivit
- 3, Vidarutvecklar det ämne som textförfattaren tar upp
- 4, Svarar på texten eller någon annans kommentar
- 5, annat
- 6, finns inga kommentarer



## BILAGA 5

### NÄTTIDNINGAR MED LÄSARNYHETER

#### Nättidningar med läsarnyhetsfunktion

	Av lokal karaktär	Av riks karaktär
Allehanda.se	X	
bblat.se	X	
nwt.se	X	
Avestatidning.com	X	
Dagen		X
daladirekt.com	X	
fagersta-posten.se	X	
hd.se	X	
helahälsingland.se	X	
Hällekis kuriren	X	
jnytt.se	X	
lindenytt.com	X	
norrteljetidning.se	X	
salaallehanda.com	X	
smp.se	X	
vimmerbytidning.se	X	
vk.se	X	
balltorp just nu	X	
huvudstads-bladet.se		X
sn.se	X	
ostran.se	X	
sydsvenskan.se	X	

Tabell 4.1

<b>Nättidningar</b>	<b>Antal publicerade läsarnyheter</b>
Allehanda.se	104
bblat.se	5
nwt.se	1
Avestatidning.com	17
Dagen	0
daladirekt.com	0
fagersta-posten.se	1
hd.se	73
helahälsingland.se	3
hallekis.com	6
jnytt.se	15
	0
lindenytt.com	
	4
norrteljetidning.se	
	1
salaallehanda.com	
	5
smp.se	
vimmerbytidning.se	0
vk.se	6
ostran.se	3
	0
Sydsvenskan.se	

Hur många läsarnyheter var publicerade på nättidningen under v.18-19 år 2010